INTELIGENSIA MEDIA

Madura 2020

Membumikan Madura Menuju Globalisasi

Editor:
Iqbal Nurul Azhar
Surokim

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

MADURA 2020

Membumikan Madura Menuju Globalisasi

PANCASILA

1. KETUHANAN YANG MAHA ESA
2. KEMANUSIAAN YANG ADIL DAN BERADAB
3. PERSATUAN INDONESIA
4. KERAKYATAN YANG DIPIMPIN OLEH HIKMAT KEBIJAK-SANAAN DALAM PERMUSYAWARATAN / PERWAKILAN
5. KEADILAN SOSIAL BAGI SELURUH RAKYAT INDONESIA

MADURA 2020

Membumikan Madura Menuju Globalisasi

Editor:
Iqbal Nurul Azhar
Surokim

Inteligensia
2018

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

MADURA 2020

Membumikan Madura Menuju Globalisasi

Editor:
Iqbal Nurul Azhar
Surokim

Penulis:
Amir Hamzah
Yudho Bawono
Yan Ariyani
Netty Herawati
Bani Eka Dartiningsih
Eko Kusumo
Teguh Hidyatul Rachmad
Surokim
Allivia Camellia
Dinara Maya Julijanti
Bangun Sentosa D. Hariyanto
Iqbal Nurul Azhar
Yuliana Rakhmawati
Triyo Utomo
Millatul Mahmudah
Iskandar Dzulkarnain
Syamsul Arifin
Masduki
Fachrur Rozi

ISBN: 978-602-5562-21-1

Copyright © Februari, 2018
xviii + 278 : 15,5 cm x 23 cm

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak dalam bentuk apapun tanpa ijin tertulis dari pihak penerbit.

Cover: Dino Sanggrha Irnanda Lay Out: Nur Saadah**

Cetakan I, 2018

Diterbitkan pertama kali oleh **Inteligensia Media**
Jl. Joyosuko Metro IV/No 42 B, Malang, Indonesia
Telp./Fax. 0341-588010
Email: intelegensiamedia@gmail.com

Anggota IKAPI

Didistribusikan oleh CV. Cita Intrans Selaras
Wisma Kalimetro, Jl. Joyosuko Metro 42 Malang
Telp. 0341-573650
Email: intrans_malang@yahoo.com

PENGANTAR REKTOR

UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Dr. Drs. Ec. H. Muhammad Syarif, M.Si.

Madura: Potensi dan Tantangan Masa Depan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat telah memengaruhi Madura baik secara geopolitik maupun sosio-kultural dan ekonomi. Madura yang kini sudah terhubung dengan pulau Jawa melalui akses jembatan Suramadu membuat mobilisasi dan akses warga Madura ke pulau Jawa menjadi semakin cepat dan lancar. Arus barang dan jasa juga relatif berjalan lancar tanpa hambatan waktu dan kendala transportasi. Ditunjang dengan perkembangan komunikasi dan informasi, Madura kini tidak lagi menjadi kawasan yang tertutup dan asing bagi masyarakat luas.

Perkembangan ekonomi, sosial, dan politik yang semakin terbuka menjadikan Madura sebagai wilayah khas yang bertransformasi dinamis dan mulai berkembang. Kini hasil pembangunan

di Madura mulai terlihat hampir di semua wilayah mulai dari Timur Madura yakni Sumenep hingga wilayah Barat Madura yaitu Bangkalan.

Perkembangan ekonomi yang menggeliat di wilayah Timur Madura dan dibukanya wisata kepulauan membuat kunjungan wisata ke Timur Madura mulai menjadi pemantik dan memiliki efek bagi pembangunan Madura di kawasan lain.

Perkembangan pembangunan akses transportasi, komunikasi dan pariwisata ini patut disyukuri mengingat hingga kini masih banyak stigma negatif Madura yang belum bisa dihapus muncul di benak publik. Publik kini bisa melihat dari dekat bagaimana Madura yang sesungguhnya. Memang tidak dipungkiri bahwa Madura masih banyak dicitrakan negatif, khususnya terkait dengan kekerasan. Kendati semua itu sesungguhnya persentasenya sangat kecil dan kejadiannya sudah semakin langka, namun, satu peristiwa saja bisa melambung dan menjadi *sounding* atas peristiwa kekerasan yang terjadi di Madura. Kita semua berkepentingan untuk mengabarkan sesungguhnya yang terjadi di Madura kepada khalayak luas agar citra Madura semakin positif di masyarakat.

Gerak pembangunan di kawasan Madura juga semakin dinamis seiring dengan pembangunan desa dan otonomi daerah. Masing-masing daerah sudah mulai menunjukkan perubahan yang signifikan, khususnya dalam hal pelibatan partisipasi publik, ditambah dengan peran media dan perkembangan teknologi informasi, tuntutan akan birokrasi dan pemerintahan yang menerapkan prinsip *good governance* semakin meluas. Titik ini penting untuk mendapat perhatian di Madura mengingat birokrasi menjadi tumpuan pelayanan publik dan juga perubahan sosial di Madura.

Birokrasi pemerintahan daerah di Madura amat strategis dan menjadi titik sentral reformasi mengingat birokrasi pemerintahan termasuk salah satu lembaga yang dipercaya dan mendapat legitimasi bagi warga Madura. Birokrasi di Madura jika dikelola dengan profesional bisa menjadi pemantik bagi percepatan perubahan dalam pembangunan Madura. Tinggal bagaimana agar birokrasi Pemda dapat didorong kreatif dan inovatif melakukan berbagai terobosan agar pembangunan Madura semakin akseleratif dan berkembang lebih cepat sesuai tuntutan perkembangan mutakhir.

Dalam gerak pembangunan Madura saat ini, tentu juga patut diwaspadai munculnya berbagai distorsi yang bisa mengurangi makna pembangunan dan juga gerak maju pembangunan manusia dan budaya Madura. Pembangunan Madura harus memerhatikan betul latar budaya, sejarah, dan kepercayaan masyarakat Madura, agar senantiasa selaras dengan gerak dinamika masyarakat. Pembangunan Madura harus memanusiakan masyarakat Madura dan bisa menjadi subyek bagi pembangunan Madura dan tidak menjadikan masyarakat Madura menjadi penonton bagi pembangunan itu sendiri.

Sumber daya manusia Madura menjadi titik perhatian mengingat semua berpusat pada aktivasi SDM Madura sendiri yang akan menentukan gerak langkah perkembangan Madura. Apalagi dalam situasi perubahan cepat di segala bidang baik ekonomi, politik, maupun sosial budaya cenderung membuka sekat-sekat tradisional yang selama ini menjadi benteng pertahanan tradisonal Madura. Kini perubahan itu tengah dan terus berlangsung menuju tata peradaban baru yang lebih terbuka dan penuh persaingan.

Dalam era ini, kompetisi berlangsung secara ketat dan pemenang akan sangat ditentukan oleh keunggulan daya saing yang dimiliki. Mereka yang memiliki daya saing tinggi akan memeroleh keuntungan dan nilai tambah. Dalam situasi seperti ini, Madura, khususnya sumber daya manusianya harus lebih serius mempersiapkan dan menempa diri.

Daya saing akan menjadi fokus perhatian di era kompetisi saat ini. Tidak mengherankan jika berbagai pihak kini tengah berusaha untuk memeroleh keunggulan dan daya saing. Sejatinya, keunggulan dan daya saing itu berkaitan erat dengan prinsip *efektifisien* (efektif & efisien, *pen)*. Siapa yang bisa memenuhi prinsip-prinsip itu maka ia yang akan mampu meraih keuntungan dari perubahan itu. Daya saing itu bisa dimulai dari level individu hingga komunal dan masyarakat. Oleh karena itu, investasi di bidang pengembangan sumber daya manusia menjadi penting.

Kapasitas dan kapabilitas SDM sangat berkaitan erat dengan pengetahuan dan penguasaan teknologi. Tidak mengherankan jika kedua indikator tersebut menjadi poin penting dalam era ini. Dalam

kepentingan ini maka keberadaan pendidikan tinggi dengan demikian di Madura menjadi sangat penting dan strategis.

Perkembangan global juga akan semakin cepat berpengaruh di Madura. Seiring dengan perkembangan dan dukungan teknologi informasi, kini semua terhubung dan menjadi satu dalam pasar global. Para pelaku pasar global tidak lagi terkendala tempat dan waktu. Kini mereka bisa terhubung dan bisa saling berhubungan di mana pun, dan kapan pun. Tidak ada lagi batas tempat dan waktu. Semua orang bisa tergabung hingga mencipta peradaban komunikasi baru yang bercirikan massal dan luas hingga membentuk masyarakat jaringan.

Fenomena ini cepat atau lambat akan berpengaruh terhadap masyarakat rural area termasuk Madura. Ini tentu saja diperlukan persiapan yang matang agar keterbukaan tersebut membawa dampak positif bagi masyarakat. Untuk itu perlu pemberdayaan mulai dari level individu hingga masyarakat pedesaan. Salah satu yang penting dalam perubahan level individu adalah perubahan mindset yang terbuka terhadap perubahan.

Selama ini tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat pedesaan relatif sulit untuk keluar dari apa yang berlaku dan sudah ada serta tidak bisa berpikir keluar (*out of box*). Akibatnya perubahan sulit dilakukan dan menjadi ketinggalan dalam banyak bidang.

Mindset Terbuka Masyarakat Madura

Mindset memegang peranan penting dalam sikap dan perilaku seseorang dan masyarakat. *Mindset* terbuka akan menjadi pintu bagi seseorang untuk menuju *mindset* positif. *Mindset* positif akan membawa seseorang pada situasi untuk memandang perubahan sebagai sesuatu yg baik dan patut terus dipelajari. Hal inilah yang kemudian membawa seseorang untuk terus belajar tiada akhir untuk meraih perbaikan sepanjang waktu.

Bagi masyarakat pedesaan Madura yang selama ini belum terbiasa dengan cara berfikir terbuka, mengubah *mindset* tertutup menjadi terbuka tentu bukan persoalan mudah. Diperlukan serangkaian cara agar *mindset* yang sudah ada itu bisa diubah menjadi *mindset* baru yang sesuai dengan perkembangan potensi diri dan lingkungan.

Dalam era keterbukaan, *mindset* terbuka menjadi pintu masuk untuk membawa perubahan baru di masyarakat. Inti dari *open mindset* adalah berani berpendapat, berekspresi, dan membuat keputusan pribadi. Warga harus berani memerdekakan diri dari segala tekanan dan belenggu yang selama ini ada dalam pikirannya dan memiliki kemampuan dalam membuka potensi dirinya.

Menarik mengetengahkan kembali pendapat Rhenald Kasali (2012) sebagaimana dikutip Surokim (2016) yang memaparkan bahwa keterbukaan akan membawa orang terus bergerak dinamis sesuai potensinya. Jika diibaratkan parasut, maka pikiran, baru bisa dipakai kalau dia mengembang dan terbuka. Untuk itu jika ingin menjadi hebat maka orang harus biasa untuk membuka diri. Masyarakat harus didorong untuk memiliki pola pikir yang *growth.* Cirinya adalah mereka masih mau belajar, siap menerima tantangan-tantangan baru, menganggap kerja keras itu penting, menerima *feedback* negatif untuk melakukan koreksi, dan bila ada pihak yang hebat darinya, ia akan menjadikan orang itu sebagai tempat belajar.

Dengan memiliki *growth mindset*, maka kita tidak akan merasa antipati terhadap kritik dan masukan dari orang lain. Pengalaman akan kita gunakan untuk berkembang dan meningkatkan kita untuk senantiasa belajar dari setiap kesalahan atau kegagalan yang kita jumpai dalam perjalanan sehingga memiliki performa ke arah yang lebih baik.

Fokus pada Kemajuan Madura

Perkembangan ICT menempatkan informasi sebagai bagian dari komoditas penting saat ini. Informasi mengandung kuasa baik dalam politik, ekonomi maupun budaya budaya. Dalam masyarakat tradisional, kuasa informasi itu biasanya berada di elit dan tokoh. Informasi itu sering tidak terbagi ke publik. Akibatnya, informasi menjadi kuasa bagi elit untuk melegitimasi kekuasaannya. Patut diwaspadai jika elit itu tidak memamahi prinsip kebaikan publik, upaya menutup informasi itu biasanya terkait dengan menyembunyikan malpraktik urusan publik.

Dalam masyarakat yang tertutup, biasanya muncul tokoh sentral dan menjadi rujukan. Tokoh itu cenderung akan menjadi *public opinion* dan menjadi tokoh sentral hingga dalam tahap tertentu pada

masyarakat tradisional, tokoh-tokoh tersebut menjadi dikultuskan secara personal. Kecenderungannya, tokoh-tokoh tersebut tampil menjadi pribadi introvert yang kuat dan jauh dari koreksi serta kritik (Joko Wahyono, 2015). Dalam jangka waktu lama hal ini membuat publik memiliki kepatuhan yang besar dan kadang memafhumkan pelanggaran-pelanggaran kebaikan publik. Pengawasan publik menjadi nihil karena ketergantungan yang tinggi terhadap tokoh-tokoh tersebut. Situasi ini menurut banyak ahli dianggap sebagai pseudo demokrasi. Hal ini penting untuk diketengah-kan agar perkembangan masyarakat Madura bisa lebih terbuka dan masyarakat bisa menjadi pengerak otonom sesuai dengan potensi dan daya nalar yang dimiliki.

Kita semua sudah belajar dari sejarah bahwa negara-negara maju telah melewati tahapan dimana setiap warga negara memiliki peran serta dan kontribusi terhadap kehidupan bersama. Semua memiliki hak untuk memeroleh kemajuan melalui berbagai peluang. Setiap warga memiliki kesempatan untuk berkompetisi meraih jalan terbaik bagi kehidupannya. Jika situasi ini mampu diwujudkan maka keswadayaan publik akan muncul dan di situlah sejatinya demokrasi dimulai.

Jika kita membaca sejarah, memang majunya sebuah negara tidak ditentukan oleh lamanya negara itu berdiri, jumlah dan ke-unggulan sumber daya alam, dan juga ras warna kulit, tetapi ada pada mental, sikap, dan perilaku masyarakat yang *open minded*, penguasaan ilmu dan teknologi yang *open minded* pula. Dalam konteks masyarakat modern, *open minded* tersebut terkait dengan kemampuan untuk meraih peluang dengan meminimalkan resiko dan memaksi-malkan peluang. Bagaimanapun sesungguhnya masa depan bangsa tetap dikonstruksikan melalui proses yang terus diciptakan dan tidak sekadar menunggu nasib dan berkah zaman. Terbukti bangsa yang maju adalah bangsa yang adaptif, cepat, dan meraih keunggulan.

Penting bagi masyarakat pedesaan di Madura, khususnya untuk merubah pola pikir bahwa *open mindset* akan membawa implikasi dan manfaatnya lebih besar dari kemadaratan (kerugian). Sebagai-mana dikemukakan Surokim (2016) bahwa persaingan saat ini adalah persaingan global yang lebih mementingkan kualitas dan tidak menyoal darimanapun datangnya ide dan gagasan itu. Masyarakat

pedesaan harus mulai melihat dunia luar untuk memeroleh peluang dan daya saing. *Open mindset* akan justru membawa dampak lebih besar bagi kehidupan publik. Masyarakat akan tergabung dalam jaringan masyarakat dunia yang terkoneksi, saling respek dan juga menjauhkan dari konflik yang selama ini menjadi sumber masalah masyarakat modern. Komunikasi adalah kata kunci bagi masyarakat modern untuk saling berinteraksi, saling respek, dan saling berkolaborasi. Semua itu bisa dimulai jika kita mau membuka diri.

Mari Wujudkan dan Kembangkan Madura Madani

Masyarakat dan media di Madura memiliki peran strategis untuk menjadi salah satu menjadi salah satu pengkabar. Sudah saatnya semua penta helix menjadi garda pengkabar yang baik bagi Madura. Gerakan kampanye #katakan yang baik tentang Madura, harus terus digelorakan dan didukung semua pihak agar Madura bisa mencapai kondisi ideal sebagai masyarakat madani yang humanis relegius.

Perguruan tinggi termasuk UTM harus mengambil peran untuk mengambil barisan terdepan dalam memperkuat barisan sipil dalam mengawal pembangunan Madura. Melalui solusi kreatif yang konkret dan juga melalui pendampingan warga, perguruan tinggi akan berkontribusi dalam mendorong, memperkuat konsolidasi masyatakat sipil yang akan mengantarkan proses transisi dan pematangan demokrasi di Madura. Selain itu dengan menghitung secara cermat akan potensi sumber daya, maka pemimpin Madura juga harus fokus kepada pengembangan komoditas potensi lokal yang memiliki *impact* besar terhadap percepatan pembangunana myarakat Madura. Semoga upaya untuk mendorong Madura lebih maju dapat terus digelorakan dan dikawal baik sesuai tradisi dan potensi SDM Madura.

Saya menyambut baik apa yang dilakukan oleh para dosen dan peneliti di FISIB untuk menglobalkan ilmu sosial berbasis potensi lokal Madura sebagai upaya untuk mengenalkan Madura kepada masyarakat luas. Disertai harapan semoga Madura bisa semakin maju dan berkembang.

Pengantar Editor . . .

Bagian ini editor gunakan sebagai tempat penyematan penghargaan kepada beberapa pihak yang secara luar biasa membantu membidani hadirnya buku ini. Merekalah yang membantu editor untuk melahirkan buku ini.

Ucapan terima kasih ketiga diucapkan kepada rekan-rekan dari Universitas Trunojoyo Madua, khususnya Rektor Universitas Trunojoyo, Bapak Dr. Drs. Ec. H. Muhammad Syarif, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Bapak Surokim, S.Sos, M.Si. (sekaligus juga bertindak sebagai editor buku ini), serta tim Pusat Studi Sosial Budaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura yang sangat kooperatif membantu proses administrasi dalam pelaksanaan penulisan buku ini.

Untuk mereka yang berjasa, jutaan terima kasih disampaikan bukan hanya karena apa yang telah mereka sumbangkan kepada editor, tetapi juga karena siapa sebenarnya mereka; orang-orang

yang tidak dapat editor sebutkan satu-persatu yang telah membantu menyediakan opini terkait masyarakat Madura serta dukungan moral yang tak ternilai.

Buku ini secara umum berisi profil masyarakat Madura yang ditinjau melalui sudut pandang ilmu sosial. Buku ini mencoba memaparkan hal-hal yang belum pernah diekspos sebelumnya tentang jati diri Madura melalui kacamata yang lebih beragam.

Buku ini juga menceritakan apa saja yang mungkin ada dalam benak masyarakat Madura terkait realita sekitar, yang baik itu secara sengaja maupun tidak sengaja ditunjukkan melalui perilaku mereka, semisal reliji, imaji, cinta, persahabatan, harapan, obsesi, dan banyak sekali perasaan-perasaan lainnya. Dengan membaca buku ini, masyarakat yang memiliki keinginan untuk melakukan gerakan perubahan sosial di Madura, dapat menjadikan buku ini sebagai sumber inspirasi yang berupa *blueprint* masyarakat Madura. Di dalam buku ini juga dicantumkan berbagai aspek yang mungkin dapat dijadikan, oleh siapapun (utamanya para pemangku kekuasaan di Madura), sebagai bahan rujukan untuk melakukan perubahan sosial yang berkaitan dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia Madura.

Bangkalan, Desember 2017
Editor
Iqbal Nurul Azhar
Surokim

Pengantar Penerbit . . .

Siapa yang tak kenal Madura? Ia dikenal dengan pulau garam, pesisir yang indah, kuliner yang enak, nuansa Islam yang kental, dan Suramadu. Jangan heran bila anda sering berjumpa dengan orang Madura, karena Madura merupakan suku bangsa terbesar ketiga di Indonesia. Bahkan *guyonan* dari orang-orang Madura sendiri, suku Madura merupakan *Bani Israil*-nya Indonesia, mereka tersebar di mana-mana, berprofesi sebagai apapun, pengusaha sukses di luar Madura, bahkan *go* internasional.

Selain hal di atas, tak jarang juga Madura dikenal dengan orang yang kasar, keras, dan mudah konflik. Padahal jika dipeosentasekan, hal tersebut merupakan sebagian kecil dari keseluruhan orang Madura. Banyak hal lain yang belum dikenal oleh publik. Semisal, falsafah *bhuppa' bâbbhu' ghuru rato* (orangtua, guru/kyai, pemerintah–konsep penghormatan masyarakat Madura), harga dirinya yang tinggi, keuletan bekerjanya, konsep pendidikan 'cap sarung', dan masih banyak hal.

Sebagai bunga rampai, buku ini mampu mengantarkan pembaca untuk mengerti, memahami, dan mendalami segala hal tentang Madura. Apa tradisi dan nilai luhur yang masih dijaga, proses akulturasi dengan globalisasi, apa yang menyebabkan Madura mendapatkan stigma negatif, pro-kontra pembangunan jembatan Suramadu, dinamika masyarakat Madura, dan banyak hal.

Disajikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dengan sajian data-data yang *based on research* dan lintas perspektif, buku ini juga ditulis dengan harapan untuk mengatasi krisisnya ilmu sosial yang kebanyakan tercerabut dari akarnya. Padahal, ilmu sosial seharusnya mengakar, ia melokal dengan cita yang mengglobal, dan mampu menciptakan perubahan sosial bagi sosiokulturnya.

Siapa yang tak berbenah, ia akan punah. Peribahasa ini masih kontekstual bagi Indonesia secara umum dan Madura secara khusus. Melalui buku ini, pembaca diajak untuk melihat lebih dekat perubahan-perubahan yang sudah terjadi, serta visi ke depan yang akan dilakukan untuk menuju Madura yang makin maju di dunia yang semakin global ini.

Penerbit mengapresiasi kerja tim Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura karena telah mengenalkan, mengajak melihat lebih dalam, serta menggelorakan semangat Madura menuju perubahan. Terakhir, buku ini tidak hanya layak dibaca oleh para akademisi dan pelajar, namun juga layak dibaca oleh khalayak umum yang ingin mengenal dan mendalami tentang Madura. Serta tentunya wajib bagi mereka yang masih memiliki stigma buruk terhadap Madura.

Selamat membaca!

Daftar Isi

Pengantar Rektor Universitas Trunojoyo Bangkalan ... v
Pengantar Editor ... xii
Pengantar Penerbit ... xiv
Daftar Isi ... xvi

Prolog: Membumikan Ilmu Sosial di Madura: Menakar Tantangan dan Harapan (*Medhy Aginta Hidayat*) ... 1

Penyelesaian Sengketa Harta Keluarga: Oleh "Oréng Seppo" di Madura (*Amir Hamzah*) ... 13

Pernikahan Dini pada Remaja Etnis Madura Ditinjau dari Perspektif Psikologis Perkembangan Remaja (*Yudho Bawono*) ... 20

Perempuan Madura dalam Bayang-bayang Mantan Suami: Penyesuaian Pasca-perceraian di Madura (*Yan Ariyani*) ... 37

Interaksi Nilai Budaya dan Relijiusitas Islam terhadap Kebahagiaan Pasangan Etnis Madura (*Netty Herawati*) ... 45

Mitos dan Tantangan dalam Perkembangan KB Vasektomi di Madura (*Bani Eka Dartiningsih*) ... 59

Menakar 'Kejantanan' Blater:Sosok Penjaga Stabilitas Keamanan dan Pembangunan Wilayah di Madura (*Eko Kusumo*) ... 66

Strategi Kultural Blater Sebagai Identitas Orang Madura (*Teguh Hidyatul R, Surokim, Allivia Camellia*) ... 79

Tradisi Remo Madura dalam Perspektif Komunikasi Budaya (*Dinara Maya Julijanti*) ... 99

Terjebak Nostalgia: Beberapa Fakta Historis-Sosiologis yang Menjadikan Area Pelabuhan Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan Layak untuk Dipertimbangkan sebagai Destinasi Wisata Pesisir - Urban Kekinian (*Bangun Sentosa D. Hariyanto*) ... 112

Integrasi Komunikasi Pariwisata di Madura (*Teguh Hidayatul Rachmad*) ... 119

Memposisikan Kembali Peran Kyai dan Pesantren dalam Membangun Pariwisata di Madura (*Iqbal Nurul Azhar*) ... 144

***Culture on a Plate: Culinary Branding* Bebek Madura** (*Yuliana Rakhmawati*) ... 166

Alasan dan Tujuan Pedagang Madura Membentuk Kelompok di Tempat Perantauannya (*Triyo Utomo & Millatul Mahmudah*) ... 180

Lokalitas dan Masyarakat Imajiner: Potret Kearifan Kehidupan Sosial Petani Madura (*Iskandar Dzulkarnain*) ... 186

***Lusmin*: Media Informasi Masyarakat Madura** (*Syamsul Arifin*) ... 197

Menenggang dan Berbagi Kebaikan di Ruang Publik Media Digital: Membumikan Netiket di Madura (*Surokim*) ... 208

Inisiasi Pembangunan Komunikasi Masyarakat Kepulauan Timur Madura Melalui Keterbukaan Informasi, *Open Mindset*, dan Media Lokal (*Surokim*) ... 225

Peran Penerjemah Terhadap Globalisasi Budaya Madura (*Masduki*) ... 249

Pendidikan Cap Sarung Sebagai Citra Pendidikan di Madura (*Fachrur Rozi*) **...** 261

Epilog: Ilmuwan Sosial Madura, Kontribusi dan Tantangan ke Depan (*Surokim*) ... 272

PROLOG

MEMBUMIKAN ILMU SOSIAL DI MADURA: MENAKAR TANTANGAN DAN HARAPAN

Oleh:
Medhy Aginta Hidayat
Direktur Pusat Kajian Sosiologi dan Pengembangan Masyarakat (PUSKASOS-PM)
Program Studi Sosiologi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura

Buku antologi ini memuat kumpulan tulisan karya dosen-dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB), Universitas Trunojoyo Madura, para akademisi yang setiap harinya bergelut dengan persoalan-persoalan nyata di dunia ilmu sosial seperti yang telah dipaparkan di depan: dominannya pengaruh teori-teori Barat, lemahnya pengembangan sistem pengetahuan ilmiah (*a system of scientific knowledge*) dan sistem wacana kritis (*a system of critical discourse*) ilmu sosial di Indonesia, hingga kurangnya diseminasi gagasan dan teori-teori sosial berbasis lokalitas. Dengan mengambil latar belakang kebudayaan masyarakat Madura, pelbagai tema diangkat oleh para penulis buku ini: konsep *oreng seppo* dalam penyelesaian sengketa harta keluarga, peran blater atau preman di Madura, budaya alusmin atau ngopi di warung kopi di Madura, konsep taretan dhibik atau saudara sendiri, bhigel atau begal Madura, dan masih banyak lagi. Dari tulisan-tulisan yang ada dalam buku ini, terdapat benang merah yang mengikat kesemuanya, yaitu besarnya harapan untuk mulai mengarusutamakan (mainstreaming) pemikiran-pemikiran lokal dalam hal ini pemikiran-pemikiran lokal Madura dalam kajian-kajian ilmu sosial di Indonesia. Buku ini tentu saja bukan jawaban akhir terhadap persoalan kurangnya peran nyata ilmu-ilmu sosial dan ilmuwan sosial di Indonesia dalam memberikan solusi atas

pelbagai persoalan kehidupan berbangsa dan bernegara. Buku ini hanyalah satu diantara sejuta harapan dan ikhtiar untuk membumikan ilmu sosial di Indonesia (M.A.H).

Hari Kamis, 18 November 1999, Ariel Heryanto yang saat itu masih menjadi staf pengajar di National University of Singapore menulis sebuah kolom opini di harian Kompas. Judul artikelnya lugas, persis menggambarkan keprihatinan banyak orang saat itu: "Ilmu Sosial Indonesia: Krisis Berkepanjangan." Dalam tulisan tersebut Ariel mendedah sejumlah persoalan klasik dan klise yang dialami dunia ilmu sosial di Indonesia: terbatasnya dana pendidikan dan penelitian, kurangnya minat baca, sedikitnya buku bermutu, toko buku, perpustakaan dan jurnal ilmiah, kuatnya pengaruh teori-teori Barat di kampus-kampus di Indonesia, minimnya kontribusi ilmu sosial dalam penyelesaian masalah bangsa, hingga rendahnya keikutsertaan ilmuwan sosial Indonesia dalam forum-forum ilmiah antarbangsa. Pelbagai persoalan tersebut membawanya untuk sampai pada kesimpulan bahwa ilmu sosial di Indonesia tengah mengalami krisis. Krisis yang parah.

Delapan belas tahun setelah kolom Ariel Heryanto muncul di media, kondisi umum ilmu sosial di Indonesia, sayangnya, masih belum banyak berubah. Hari Selasa, 29 Agustus 2017, rubrik Editorial di harian yang sama, Kompas, menurunkan sebuah tulisan dengan nada yang nyaris sama, berjudul "Absennya Disiplin Ilmu Sosial." Artikel editorial tersebut berangkat dari kritikan tajam yang disampaikan dalam sebuah simposium internasional tentang tsunami di Denpasar, Bali, bahwa ilmuwan sosial di Indonesia kurang berperan dalam aksi-aksi penanggulangan bencana. Selama ini pembahasan dan penanganan bencana lebih banyak dilakukan oleh bidang keteknikan. Bidang ilmu sosial nyaris absen. Padahal, di lapangan, aspek keteknikan tidak memadai. Dalam tulisan pendek ini, redaksi Kompas juga sampai pada kesimpulan yang sama bahwa ilmu sosial di Indonesia masih minim kontribusi dalam menyelesaikan pelbagai persoalan bangsa.

Keluhan dan kritik tentang kondisi memprihatinkan ilmu sosial di Indonesia sebenarnya bukan barang baru. Sudah lama dan sudah banyak ilmuwan sosial Indonesia yang resah dengan kondisi ini dan melontarkan otokritik tajam. Di antara sekian banyak persoalan,

salah satu yang seringkali menjadi sumber perdebatan panjang adalah soal tunduknya ilmu-ilmu sosial di Indonesia terhadap paradigma dan teori-teori Barat (baca: Anglosaxon). Ilmu sosial di Indonesia selama ini dipandang tak lebih dari "pembeo" pemikiran-pemikiran asing yang tak berakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia sendiri. Para ilmuwan sosial di Indonesia dianggap hanya menelan mentah-mentah, mengutip, mengulang-ulang atau sekedar membenarkan apa yang telah diteorikan oleh tokoh-tokoh ilmu sosial Barat. Akibatnya, bisa diduga, hingga saat ini, nyaris tidak ada satu pun teori sosial unggulan yang lahir di Indonesia dan berciri khas ke-Indonesia-an.

Keresahan ini bukannya tanpa tanggapan. Dalam beberapa kurun sejarah perkembangan ilmu sosial di Indonesia, muncul setidaknya dua arus besar tanggapan kalangan ilmuwan sosial Indonesia dalam menyikapi persoalan "hilangnya wajah pribumi ilmu sosial kita" (Dhakidae, 2006). Pertama, muncul semangat untuk membangun ilmu sosial transformatif. Maksudnya, diyakini bahwa ilmu sosial tidak boleh hanya berteori, abstrak, mengawang-awang dan sekedar menjelaskan realitas sosial, namun ilmu sosial harus mampu melakukan perubahan (*to transform*) nyata dalam masyarakat. Hanya dengan cara demikian, maka ilmu sosial di Indonesia akan benar-benar memiliki kontribusi dalam kehidupan masyarakat. Kedua, muncul upaya pribumisasi atau indigenisasi (mengutip Ignas Kleden) ilmu sosial di Indonesia. Maksudnya, diyakini bahwa ilmu sosial di Indonesia tidak bisa lagi hanya mengulang-ulang paradigma dan teori sosial Barat, namun harus memiliki wajah ke-Indonesia-an serta lahir dari pergumulan kontekstual sesuai *locale genius* dimana teori itu digunakan (Dhakidae, 2006). Ilmu dan ilmuwan sosial Indonesia harus mulai berani mengangkat gagasan-gagasan lokal sebagai teori-teori sosial yang teruji secara ilmiah dan memiliki kedudukan yang setara dengan teori-teori sosial Barat. Meskipun kedua tanggapan ini sama-sama penting dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain, tulisan ini akan lebih terfokus pada upaya yang kedua, yaitu upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu-ilmu sosial di Indonesia.

Membumikan Ilmu Sosial di Indonesia: Sebuah Utopia?

Sebelum menelisik lebih jauh perihal upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial di Indonesia, ada baiknya kita menengok sejenak fungsi ilmu-ilmu sosial di Indonesia. Dalam tulisannya "Tiga Dimensi Ilmu Sosial Dalam Dinamika Sejarah Bangsa," Taufik Abdullah, sejarawan dan mantan Ketua LIPI, membedakan fungsi ilmu sosial di Indonesia menjadi tiga dimensi, yakni sebagai sistem pengetahuan ilmiah (*a system of scientific knowledge*), sebagai cabang ilmu-ilmu terapan (*a branch of applied science*), dan sebagai sistem wacana kritis (*a system of critical discourse*) (Abdullah, 2017). Dalam dimensi pertama, sebagai sistem pengetahuan ilmiah, ilmu sosial di Indonesia berperan mengembangkan pengetahuan (*progress of knowledge*) melalui penelitian-penelitian dasar atau *basic research*. Ilmu-ilmu sosial murni, seperti misalnya sosiologi, menjadi ujung tombak pengembangan *body of knowledge* melalui kajian-kajian teoritis untuk melahirkan teori-teori baru. Dalam dimensi kedua, sebagai cabang ilmu-ilmu terapan, ilmu sosial di Indonesia berperan dalam melayani kebutuhan masyarakat lewat penelitian-penelitian tentang sektor-sektor terapan, serta tentang kajian kebijakan pemerintah lewat penelitian *policy studies*. Ilmu-ilmu sosial terapan, misalnya ilmu komunikasi atau ilmu pemerintahan, menjadi penggerak penerapan teori-teori ilmu sosial dalam masyarakat. Dalam dimensi ketiga, sebagai sistem wacana kritis, ilmu sosial di Indonesia berperan dalam melakukan tinjauan kritis berdasarkan kajian ilmiah tentang arah perkembangan masyarakat dan kebijakan politik dalam menanggapi perkembangan tersebut. Dalam pengertian ini, suatu kritik ilmiah dengan demikian sekaligus berfungsi sebagai kritik sosial.

Yang menarik, masih menurut argumentasi Taufik Abdullah, semenjak era Orde Baru hingga sekarang (Era Pasca Reformasi), dimensi kedua atau fungsi ilmu sosial sebagai cabang ilmu-ilmu terapan cenderung menjadi dimensi yang dominan di Indonesia (Abdullah, 2017). Dimensi yang lain, pertama dan ketiga, nyaris tidak berkembang atau bahkan seperti sengaja diposisikan dalam kondisi hidup segan mati tak mau. Konsekuensinya, *progress of knowledge* (dimensi pertama) dan *critical discourse* (dimensi kedua) ilmu-ilmu sosial pun tidak berkembang di Indonesia. Alih-alih, ilmu-ilmu sosial di Indonesia hanya sekedar mengulang-ulang paradigma dan teori-teori

Barat yang sudah mapan, *taken for granted*, demi mengabdi kepada kepentingan ideologis berupa "pembangunan nasional" (pada era Orde Baru) dan tuntutan "pasar proyek" global (pada era Pasca Reformasi).

Dalam tulisannya yang kemudian menjadi terkenal "*The Captive Mind and Creative Development in Indigeneity and Universality in Social Science*" (2004), Syed Hussein Alatas, sosiolog asal Malaysia, menyebut cara-cara berpikir *a la* negara berkembang ketika berhadapan dengan dunia Barat seperti yang terjadi di Indonesia ini sebagai "*captive mind*", yakni "cara berpikir tidak kritis, tunduk, hanya meniru atau mengulang sumber-sumber rujukan Barat" (Alatas, 2004). Menurut Alatas, kebanyakan ilmuwan sosial dari negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, lebih suka meniru dan bahkan bangga dengan paradigma, teori, serta metode penelitian Barat, dan hanya sedikit yang berani mempertanyakan apakah paradigma, teori dan metode tersebut sesuai dan bisa diterapkan di negara mereka. Lebih jauh, dalam relasi ideologis "ilmu-negara-pasar" seperti yang berkembang dewasa ini, ilmu sosial di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, rentan untuk terjerumus sekedar menjadi apa yang disebut Ignas Kleden sebagai ilmu bantu (*ancillary science*), yang hanya berperan melegitimasi kebijakan negara, menjalankan tugas-tugas *trivial* memperbaiki kerusakan masyarakat, atau menyembuhkan penyimpangan sosial sebagai ekses negatif proses-proses pembangunan (Kleden, 2017). Tidak ada sikap kritis. Tidak ada kreativitas. Ringkas kata, ilmu sosial di Indonesia tertawan oleh cara berpikir *captive mind*.

Lalu, dengan latar *captive mind* seperti ini tidakkah upaya melakukan pribumisasi ilmu sosial di Indonesia akan sia-sia? Tidakkah semangat membumikan ilmu sosial di Indonesia hanyalah utopia? Semenjak tahun 1970-an, sebenarnya para ilmuwan sosial Indonesia sudah mulai gelisah dengan perkembangan ilmu-ilmu sosial di Indonesia. Sejumlah ilmuwan, meskipun sedikit, terilhami oleh gerakan-gerakan indigenisasi ilmu sosial, misalnya gerakan transformative sciences di Amerika Latin, dan mulai mempertanyakan konteks sosial-budaya teori-teori Barat dan relevansinya dengan kondisi masyarakat Indonesia. Ilmuwan-ilmuwan didikan Barat misalnya Koentjaraningrat, Selo Soemardjan, Harsja W. Bachtiar, Kuntowijoyo, Parsudi Suparlan pun telah memulai upaya "membumikan"

teori-teori sosial Barat agar lebih sesuai dengan kondisi kearifan lokal masyarakat Indonesia melalui penelitian-penelitian dan buku-buku mereka.

Merujuk Daniel Dhakidae, pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial bisa dilihat sebagai aksi perlawanan negara-negara Dunia Ketiga terhadap imperialisme akademik Barat (Dhakidae, 2006). Imperialisme akademik Barat ini dengan gamblang bisa dilihat misalnya dalam klaim-klaim mengenai universalitas, obyektivitas, dan ketidakberpihakan. Upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial dalam pengertian pertama dengan demikian adalah upaya untuk menolak yang "universal", dan sebaliknya, menerima yang "historis." Prinsip universalisme selalu mengklaim validitas yang tidak dibatasi ruang dan waktu. Prinsip historisitas, sebaliknya, menerima perbedaan ruang dan waktu. Berbeda ruang dan waktu, maka makna dan kebenaran ilmu akan berbeda. Upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial dalam pengertian kedua adalah upaya menolak klaim obyektivitas. Ilmu sosial tidak pernah obyektif. Sebaliknya, ia selalu terikat konteks budaya setempat, *culture-bound* dan *culture-specific*. Ilmu sosial tumbuh dan hidup dalam keterbatasan yang disadari. Keterbatasan ini bukanlah kelemahan, namun justru kekuatan ilmu sosial yang mendasarkan dirinya pada prinsip-prinsip subyektivitas. Terakhir, upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial dalam pengertian ketiga adalah upaya menolak prinsip ketidakberpihakan (*disinterestedness)*. Prinsip ini dilawan dengan prinsip "keberpihakan", dengan alasan bahwa tidak ada ilmu apapun yang bebas nilai dan bebas kepentingan. Setiap ilmu, apalagi ilmu sosial, selalu taut-nilai dan taut-kepentingan. Persoalannya kemudian bukanlah menghilangkan kepentingan, namun justru secara sadar menunjukkan kepentingan dengan derajat keterpengaruhan tertentu dalam penelitian-penelitian ilmu sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ilmu sosial serta merta dibatasi dan diukur berdasarkan kepentingan tersebut.

Yang harus dicatat, upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial tidak boleh lahir dari sikap *xenophobia*. *Xenophobia* adalah ketakutan atau kebencian atas apapun yang berasal dari luar: orang asing, budaya asing, pemikiran asing, teori asing. Membumikan ilmu-ilmu

sosial di Indonesia, sebaliknya, harus berangkat dari kesadaran menerima dan berinteraksi dengan dunia Barat, namun diikuti dengan sikap kritis dan memahami paradigma dan teori Barat secara kontekstual. Pribumisasi ilmu sosial di Indonesia juga tidak perlu lahir dari *national narcissism*. Di era *global village* seperti sekarang, klaim-klaim chauvinism dan primordialism seperti ini hanya akan membuat ilmu sosial di Indonesia semakin terkucil dari pergaulan akademik internasional. Upaya membumikan ilmu sosial di Indonesia justru hanya bisa dilakukan ketika ilmuwan-ilmuwan ilmu sosial Indonesia menyadari konstelasi ideologi dan relasi kuasa dunia akademik global seraya mengambil jarak terhadap pusat-pusat kekuasaan tersebut. Hanya dengan cara demikian maka semangat pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial di Indonesia tidak berhenti hanya sebagai utopia dan akan benar-benar bisa diwujudkan.

Membumikan Ilmu Sosial di Madura: Harapan Pribumisasi Ilmu Sosial di Indonesia

Raewyn Connell seorang profesor sosiologi di Universitas Sydney, Australia. Kulitnya putih, dengan mata biru tua dan rambut kemerahan. Sekali tatap, orang tahu bahwa ia adalah orang "kulit putih." Sejak tahun 1980-an Connell bekerja sebagai dosen. Sebagai dosen sosiologi di Australia, Connell, yang "Barat", sering gelisah ketika harus membaca dan menulis berdasarkan teori-teori sosiologi yang sebagian besar lahir di Eropa dan Amerika Serikat. Lahir dan besar di Australia, Connell merasa bahwa banyak teori sosiologi yang dipelajarinya sangat bias kepentingan "Barat". Teori-teori sosiologi klasik misalnya, menurutnya seolah berasal dari dunia lain dan tidak berakar dalam konteks kehidupan lokal masyarakat Australia, yang berada di "Timur".

Ia pun kemudian tergerak untuk menemukan serpihan-serpihan pemikiran dan teori-teori non-Barat. Dengan biaya sendiri ia mengelana. Ia berburu teori-teori non-Barat ke Afrika, Asia, Amerika Latin dan Australia sendiri. Hasilnya, tahun 2007, Connell menerbitkan buku hasil penelitiannya mengenai teori-teori ilmu sosial berperspektif non-Barat. Dalam buku berjudul *Southern Theory: The Global Dynamics of Knowledge in Social Science* (2007) itu Connell mengkritik teori-teori sosial Barat sejak era klasik hingga sekarang,

dengan menunjukkan betapa teori-teori Giddens, Coleman, Bourdieu dan Habermas, misalnya, sebenarnya dikonstruksi melulu dari perspektif dunia Barat (atau global-North). Ia kemudian juga memaparkan teori-teori sosial alternatif dari Afrika, Amerika Latin, Iran, India dan Australia dengan tokoh-tokoh seperti Paulin Hountondji, Ali Syariati, Sonia Montecino, Veena Das dan banyak lagi yang lain. "*Southern Theory*" atau Teori Selatan belakangan menjadi diksi simbolik perlawanan dunia akademik negara-negara non Barat terhadap imperialisme akademik dunia Barat (baca: Eropa dan Amerika Serikat).

Apa yang dilakukan Connell bisa menjadi salah satu eksemplar atau model upaya indigenisasi ilmu sosial yang bisa dilakukan oleh ilmuwan sosial di Indonesia. Mengikuti cara berpikir Taufik Abdullah, Connell telah melakukan upaya membangun sistem pengetahuan ilmiah (*a system of scientific knowledge*), dengan bertekun mengembangkan teori-teori sosial berbasis lokalitas.

Di Indonesia, dengan fokus yang sedikit berbeda, upaya semacam ini sebenarnya juga telah dilakukan oleh sejumlah ilmuwan. Jauh hari sebelum pengaruh teori-teori Barat masuk ke Indonesia, Ki Hadjar Dewantara, misalnya, telah mengembangkan teori pendidikan khas Indonesia yang dikenal dengan prinsip "asah, asih, asuh", dan diterapkan di sekolah yang didirikannya, yaitu sekolah Taman Siswa di Yogyakarta. Alih-alih sekedar mengekor ajaran moralitas pendidikan Barat, Ki Hadjar Dewantara juga memilih membangun etika pendidikan berdasarkan filosofi Jawa, yaitu *"ing ngarso sung tulodho, ing madya mangun karso, tut wuri handayani"* (di depan memberi contoh, di tengah memberi prakarsa, di belakang memberi dorongan) bagi para pendidik dan hingga kini masih banyak digunakan sebagai panutan.

Pada zaman yang berbeda, Kuntowijoyo, sejarawan dari UGM, sebagai misal yang lain, telah mencoba membangun ide ilmu sosial profetik yang berbasis prinsip transendensi, humanisasi, dan liberasi. Transendensi adalah prinsip ketuhanan yang mendasari pengembangan ilmu-ilmu sosial. Lebih lanjut, transendensi juga menjadi landasan humanisasi dan liberasi. Merujuk Kuntowijoyo, ilmu sosial seharusnya berpijak pada nilai-nilai ketuhanan yang akan membimbing manusia menuju nilai-nilai luhur kemanusiaan. Humanisasi, menurut Kuntowijoyo, adalah prinsip memanusiakan manusia.

Namun berbeda dengan konsep humanisasi Barat yang berbasis pandangan antroposentrisme, humanisasi dalam ilmu sosial profetik harus berbasis teosentrisme. Upaya memanusiakan manusia dengan demikian tidak semata-mata demi kepentingan manusia, namun untuk seluruh alam. Liberasi dalam ilmu sosial profetik dimaksudkan sebagai prinsip pembebasan yang harus dimiliki oleh ilmu dan ilmuwan sosial di Indonesia. Ilmu-ilmu sosial harus memiliki semangat membebaskan masyarakat dari penindasan, kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan. Ringkasnya, bagi Kuntowijoyo, ilmu sosial tidak boleh hidup di menara gading. Ilmu sosial harus memihak kepentingan masyarakat dimana ilmu sosial itu hidup dan dihidupi.

Dalam konteks penulisan buku antologi yang terfokus pada masyarakat dan budaya Madura ini, upaya membumikan ilmu-ilmu sosial bisa juga dilihat misalnya dari ikhtiar-ikhtiar awal ilmuwan-ilmuwan pemerhati masyarakat dan budaya Madura. Mien Ahmad Rifai, misalnya, mencoba menelusuri pelbagai aspek lokalitas dalam kehidupan masyarakat Madura melalui bukunya "Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya" (2007). Ditulis nyaris tanpa merujuk teori-teori Barat, buku ini cukup berhasil membuka misteri tentang "manusia Madura" suku bangsa terbesar ketiga di Indonesia yang selama ini, sayangnya, seringkali mendapat stigma negatif dengan strategi pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial berbasis lokalitas ke-Indonesia-an. Dalam buku ini, Pak Mien, begitu ia kerap dipanggil, tidak mengutip buku-buku hasil karya ilmuwan asing, namun justru memanfaatkan parebasan atau peribahasa-peribahasa Madura untuk menjelaskan jatidiri orang Madura. Ia percaya bahwa peribahasa bisa menggambarkan kondisi kebatinan masyarakat Madura dengan lebih baik. Salah satu contoh ungkapan populer dalam kehidupan masyarakat Madura yang diangkat dalam buku ini misalnya adalah *bhuppa' bâbbhu' ghuru rato* (ayah, ibu, guru, raja). Ungkapan *bhuppa' bâbbhu' ghuru rato* adalah konsep hirarki sosial khas Madura yang tertumpu kepada kepatuhan berurutan terhadap orang tua (*bhuppa' bâbbhu'*atau ayah ibu), guru atau kyai (*ghuru* atau guru) dan pemerintah (*rato* atau raja). Konsep hirarki sosial seperti ini adalah salah satu contoh nyata upaya pribumisasi atau indigenisasi ilmu sosial dengan memanfaatkan ide, gagasan dan pemikiran lokal yang berasal dari Madura.

Ilmuwan sosial lain yang bertekun dalam upaya penggalian konsep-konsep lokal Madura adalah Latief Wiyata. Dalam bukunya "Mencari Madura" (2013), Latief Wiyata mendedah pelbagai stereotipe dan stigma keliru tentang orang Madura yang banyak berkembang di masyarakat. Alih-alih menerima begitu saja berbagai gambaran negatif tentang orang Madura, dosen dan pemerhati budaya Madura dari Universitas Jember ini mengajak kita untuk melihat lebih dalam sisi-sisi kehidupan masyarakat Madura dan mengubah pandangan kita tentang orang Madura. Satu contoh saja, soal carok. Selama ini carok hanya dilihat dari sisi praktik dan budaya kekerasan. Orang kerap abai dengan prinsip hidup orang Madura yang sangat menjunjung tinggi harga diri pribadi dan keluarga. Di balik tindakan kekerasan yang dilakukan oleh para pelaku carok sebenarnya tersembunyi prinsip *ango'an pote tolang etembang pote mata* (lebih baik mati ketimbang malu), yakni prinsip menjunjung tinggi harga diri. Konsep ini, sejatinya, bisa diangkat sebagai perlawanan terhadap pemahaman teori konflik *a la* Barat yang semata-mata melihat kekerasan secara manifest (terlihat) dan melupakan yang laten (tidak terlihat, yakni upaya menjaga harga diri pribadi dan keluarga).

Apa yang dilakukan oleh dua ilmuwan di atas, Mien Ahmad Rifai dan Latief Wiyata, hanyalah sedikit contoh konkret upaya membumikan ilmu sosial di Indonesia, melalui kajian-kajian masyarakat dan budaya Madura. Meskipun berskala kecil dan sporadis, kajian-kajian seperti ini dan tentu saja juga tindak lanjutnya adalah awalan yang sangat berharga dalam upaya membumikan ilmu-ilmu sosial di Indonesia.

Kritik soal masih minimnya kontribusi ilmu dan dan ilmuwan sosial di Indonesia selayaknya kita tanggapi secara positif, sebagai lecutan untuk meneguhkan posisi betapa pentingnya peran ilmu-ilmu sosial dalam menyelesaikan pelbagai persoalan bangsa. Tidak ada perlunya berapologi, mencari-cari alasan penyebab kurangnya peran ilmu-ilmu sosial di Indonesia. Yang bisa kita lakukan sekarang adalah mulai membangun kerangka pemahaman yang sama diantara para pemangku kepentingan *(stakeholders)* ilmu sosial di Indonesia bahwa diperlukan langkah-langkah konkret jika kita ingin agar ilmu-ilmu sosial menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Pertama, perlu upaya serius untuk memberi penghargaan tinggi atas serpihan-serpihan ide, gagasan, pemikiran dan kearifan lokal yang tersebar dalam karya-karya ilmuwan-ilmuwan sosial Indonesia terdahulu. Hingga saat ini boleh dikatakan tidak ada reward khusus yang diberikan kepada ilmuwan-ilmuwan sosial yang bertekun meneliti pemikiran-pemikiran lokal ke-Indonesia-an. Dengan memberikan penghargaan atas ide, gagasan dan pemikiran berbasis kearifan lokal diharapkan akan tumbuh motivasi diantara para ilmuwan sosial untuk membumikan ilmu sosial di Indonesia.

Kedua, perlu *political will* dari para pemangku kepentingan (*stake-holders*) pendidikan di Indonesia untuk "mengangkat" hasil-hasil pemikiran ilmuwan sosial Indonesia. Meskipun tidak ada aturan tertulis, sudah bukan rahasia lagi jika jurnal-jurnal ilmiah internasional, misalnya, lebih cenderung menerima sebuah artikel yang mengutip artikel-artikel dalam jurnal yang hendak dituju, ketimbang jika sama sekali tidak mengutip artikel dari jurnal tersebut. Strategi ini tidak ada salahnya menjadi model bagi penulisan karya-karya ilmiah bidang ilmu sosial di Indonesia. Dengan kata lain, perlu "paksaan" untuk menggunakan penelitian-penelitian berbasis pengetahuan lokal ke-Indonesia-an dalam penulisan karya-karya ilmiah ilmu sosial di Indonesia. Hanya dengan cara demikian, maka hasil-hasil pemikiran ilmuwan sosial Indonesia akan benar-benar bermanfaat bagi pengembangan *body of knowledge* ilmu sosial di Indonesia.

Ketiga, perlu strategi masif diseminasi ide, gagasan dan pemikiran ilmuwan-ilmuwan sosial Indonesia melalui kurikulum formal di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi di Indonesia. Harus diakui, kurikulum program studi ilmu-ilmu sosial di Indonesia selama ini masih sangat didominasi oleh muatan teori-teori Barat. Nyaris tidak ada tokoh atau teori sosial dari Indonesia yang dibicarakan secara khusus dalam kurikulum ilmu sosial di Indonesia. Karenanya, perlu upaya serius untuk mulai memasukkan pemikiran tokoh-tokoh dan ilmuwan sosial asal Indonesia di dalam kurikulum pendidikan formal, baik di tingkat pendidikan dasar, menengah, atas maupun pendidikan tinggi. Dengan cara demikian, maka gagasan, pemikiran dan teori-teori sosial asli Indonesia akan dapat disebarluaskan dan dikenal, tidak hanya di Indonesia namun juga di manca negara. Tanpa ketiga hal ini, niscaya upaya membumikan ilmu sosial di Indonesia hanya akan berhenti sekedar sebagai angan-angan belaka.

Referensi

Abdullah, Taufik. (2017). "Tiga Dimensi Ilmu Sosial Dalam Dinamika Sejarah Bangsa" dalam Kleden, Ignas dan Taufik Abdullah (ed.), *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia*, Jakarta: LIPI Press.

Alatas, Syed Hussein. (1972). "*The Captive Mind and Creative Development in Indigeneity and Universality in Social Science*", *International Social Science Journal*, Vol. 24 (1).

Connell, Raewyn. (2007). *Southern Theory: The Global Dynamics of Knowledge in Social Science*, Sydney: Allen and Unwin.

Dhakidae, Daniel. (2006). *"Indigenisasi Ilmu Sosial Sebagai Alternatif dan Upaya Menolak Dominasi"*, *Jurnal Sintesa*, FISIPOL UGM, Nomor 17/XXI/2006.

Heryanto, Ariel. (1999). Ilmu Sosial Indonesia: Krisis Berkepanjangan, harian Kompas, 18 November 1999, Jakarta.

Kleden, Ignas dan Taufik Abdullah (ed.). (2017). *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu Ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia,* Jakarta: LIPI Press.

Kleden, Ignas. (2017). "*Paradigma Ilmu Pengetahuan: Tantangan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia"* dalam Kleden, Ignas dan Taufik Abdullah (ed.), *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia,* Jakarta: LIPI Press.

Rifai, Mien Ahmad. (2007). *Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya,* Yogyakarta: Pilar Media.

Rifai, Mien Ahmad. (2017). *Lintasan Sejarah Madura*, Bangkalan: LPPM-UTM.

Rozaki, Abdur. (2004). *Menabur Kharisma Menuai Kuasa: Kiprah Kiai dan Blater Sebagai Rezim Kembar di Madura*, Yogyakarta: Pustaka Marwa.

Wiyata, Latief A. (2006). *Carok, Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura,* Yogyakarta: LKIS.

Wiyata, Latief A. (2013), *Mencari Madura*, Yogyakarta: Bidik Phronesis Publishing.

PENYELESAIAN SENGKETA HARTA KELUARGA: OLEH "ORÉNG SEPPO" DI MADURA

Oleh:
Amir Hamzah

Pendekatan budaya dalam menyelesaikan sengketa harta keluarga melalui "reng seppo" akan mampu menjaga kerukunan dan kedamaian keluarga yang merupakan sendi dasar suatu masyarakat. Oleh karena itu, penguatan "reng seppo" sebagai penyelesai sengketa harta keluarga harus dijaga dan dilestarikan dan diedukasikan kepada masyarakat. "Reng seppo" mempunyai kemampuan untuk memberikan sanksi budaya terhadap anggota keluarga yang tidak patuh terhadap keputusan yang telah diberikannya dengan menganggap bukan lagi sebagai anggota keluarga, dianggap sebagai "oreng laen"(A.H.).

***

Budaya dan hukum itu ibaratnya dua mata uang logam yang bisa dibedakan akan tetapi tidak bisa dipisahkan. Budaya berkarakter empiris, sedangkan hukum berkarakter normatif, maksudnya adalah budaya berkaitan dengan perilaku masyarakat tertentu dalam hal memandang sesuatu yang dianggap baik dan buruk, halal dan haram, pantas dan tidak pantas, untuk tata kehidupan bermasyarakat, sedangkan hukum selalu berkonotasi dengan sanksi dan hukuman. Hukum bagian akhir dari proses budaya suatu masyarakat. Jika suatu nilai budaya dilanggar oleh anggota masyarakat, maka untuk memberikan dan memulihkan keseimbangan nilai yang ada dalam masyarakat, maka diperlukan kehadiran hukum.

Budaya Madura seringkali disimbolkan sebagai perilaku "*Oreng seppo*" (yang disingkat dan dipanggil dengan "*reng seppo*") yang selalu memberikan nasehat, teladan, dan bahkan sindiran dan hukuman atas perilaku yang menyimpang dari nilai nilai budaya Madura. "*Reng seppo*" ini memberikan corak dan warna budaya Madura dari dulu sampai sekarang. Siapakah "*reng seppo*" itu, tidak semua orang tua di Madura dapat julukan "*reng seppo*" ini. Untuk mendapatkan julukan "*reng seppo*" ini harus mempunyai kriteria yang cukup berat, yaitu orang yang tutur kata dan perbuatannya arif bijaksana, usia sudah lanjut, dan ada pengakuan dari sanak keluarga tentang sosok "*reng seppo*" itu. Tidak bisa seseorang yang merasa umurnya sudah cukup dewasa, lalu mendeklarasikan dirinya sebagai "*reng seppo*" tanpa adanya pengakuan dari sanak keluarga.

"*Reng seppo*" bisa juga diartikan sebagai orang tua yang memiliki kecerdasan atas budaya Madura sehingga menjadi rujukan dalam menyelesaikan masalah kemasyarakatan yang terjadi, termasuk di dalamnya persoalan hukum. Persoalan hukum yang terjadi di Madura di dominasi oleh masalah hukum tanah, oleh karena itu, tulisan ini hanya berkaitan dengan penyelesaian masalah tanah waris dalam perspektif budaya Madura

Harta Keluarga Masyarakat Madura

Berdasarkan penelitian maupun studi literatur (Mohammad Amir Hamzah, 1987: 18), harta keluarga masyarakat Madura, dibedakan menjadi: 1) Harta asal, dan 2) Harta *ghuna kajeh* (bersama). Harta asal merupakan harta yang sebelum perkawinan dilaksanakan sudah dimiliki oleh masing-masing calon suami atau istri, yang kemudian dibawa ke dalam perkawinan, sedangkan harta *ghuna kajeh* merupakan harta yang diperoleh selama dalam perkawinan, baik harta yang diperoleh usaha suami, atau istri, atau oleh kedua belah pihak.

Harta Asal. Dalam masyarakat Madura, harta asal ini masih dibagi lagi menjadi : 1) Harta *sangkol*; 2) Harta *kowat kajeh*; dan 3) Harta *ban ghiban*. (Mohammad Amir Hamzah, 1987: 19). Adapun penjelasan mengenai ketiga macam harta asal tersebut adalah sebagai berikut:

Harta *Sangkol*. Harta *sangkol* merupakan harta yang diperoleh suami atau istri karena pewarisan termasuk di dalamnya hibah, yang diberikan sebelum atau sesudah perkawinan oleh pewaris.

Status kepemilikan harta *sangkol* ini merupakan harta asal suami atau istri masing-masing, tidak berubah statusnya menjadi harta *ghuna kajeh*. Peristiwa hukum perkawinan yang terjadi di antara mereka tidak membawa akibat hukum berupa peralihan hak milik terhadap status harta sangkol tersebut. Harta *sangkol* ini, biasanya berupa harta yang bernilai tinggi secara ekonomis, seperti tanah, rumah, dan perhiasan.

Harta *sangkol* ini mempunyai nilai kebudayaan yang tinggi karena berfungsi sebagai lambang atau simbol kerukunan dan keterikatan suatu keluarga suami atau istri, dan merupakan bekal dasar penghidupan bagi anak keturunannya atas perkawinan yang dilakukan. Berdasarkan fungsi tersebut, maka jika harta sangkol tersebut menghasilkan sesuatu, maka hasilnya menjadi harta *ghuna kajeh*. Mengapa menjadi harta *ghuna kajeh*, karena upaya menghasilkan sesuatu dari harta *sangkol* tersebut disebabkan oleh pengelolaan bersama suami istri, seperti harta sangkol suami berupa tanah sawah pengelolaannya melibatkan istri, yang bukan saja berupa tenaga fisik akan tetapi tenaga moril yang tak kalah pentingnya dalam memberikan gairah suami untuk bekerja lebih tekun lagi. Demikian pula sebaliknya terhadap harta sangkol istri yang berupa tanah sawah, yang tidak mungkin dikerjakan sendiri oleh seorang istri, peran suami sangat menentukan dalam hal ini.

Harta *kowat kajeh*. Harta *kowat kajeh* merupakan harta yang dibeli sendiri oleh salah satu calon suami atau istri yang kemudian dibawa masuk kedalam perkawinan. Peristiwa hukum perkawinan yang terjadi tidak menyebabkan harta *kowat kajeh* ini berubah statusnya menjadi harta *ghuna kajeh*.

Seorang laki-laki atau perempuan yang membeli harta *kowat kajeh* adalah sebagai bekal dalam mengarungi rumah tangga, sehingga ketika harta *kowat kajeh* ini dibawa kedalam perkawinan, dan memperoleh sesuatu yang berharga, maka itu merupakan harta *ghuna kajeh* yang digunakan untuk keperluan dan kebutuhan rumah tangga mereka.

Harta *ban ghiban*. Harta *ban ghiban* merupakan harta yang dibawa oleh kerabat suami dan atau istri pada saat akan berlangsungnya perkawinan atau setelah perkawinan. Jenis harta *ban ghiban* ini sesuai dengan karakter kerabat suami atau istri. Jika berasal dari

kerabat suami, harta *ban ghiban* ini biasanya berupa sapi, alat pertanian, dll, sedangkan kerabat istri biasanya berupa rumah dan perabotnya.

Harta *ban ghiban* ini tetap berada dalam penguasaan dan kepemilikan masing-masing suami atau istri, oleh karena itu jika harta *ban ghiban* ini dijual oleh salah satu pihak tanpa persetujuan suami atau istri, maka harta *ban ghiban* itu harus diganti senilai harta *ban ghiban* masing masing.

Harta *Ghuna Kajeh*. Pada umumnya termasuk pengertian harta *ghuna kajeh* adalah meliputi segala macam harta yang diterima atau diperoleh suami dan atau istri dengan maksud yang jelas untuk kemanfaatan, kesejahteraan dan kelangsungan hidup suami istri dan turunannya (Mohammad Amir Hamzah, 1987:23). Harta *ghuna kajeh* ini pada pokoknya adalah harta yang diperoleh atas usaha suami istri selama dalam perkawinan, namun terdapat beberapa harta yang merupakan hadiah perkawinan dari kerabat suami atau istri yang juga merupakan harta *ghuna kajeh*. Jika pemberian atau hadiah perkawinan itu secara tegas diperuntukan untuk suami atau istri maka harta pemberian atau hadia perkawinan bukan merupakan harta *ghuna kajeh*.

Harta *ghuna kajeh* bagi masyarakat Madura melambangkan kedudukan suami istri sebagai orang tua terhadap anak-anaknya, yang merupakan kewajiban untuk memberikan pembekalan apabila anak anaknya tersebut akan berkeluarga. Harta *ghuna kajeh* memberikan peringatan kepada suami dan istri akan kewajibannya untuk menyantuni anak anaknya.

Proses Budaya Pewarisan Harta Keluarga Masyarakat Madura

Pewarisan merupakan proses penerusan dan peralihan harta kekayaan pewaris kepada ahli waris yang berlangsung pada waktu pewaris masih hidup sampai meninggal dunia, bukan merupakan suatu yang statis, tetapi suatu yang dinamis, karena merupakan budaya yang melibatkan pewaris, ahli waris, dan kerabat keluarga. Pada konteks ini akan muncul ke permukaan tentang pranata hukum yang berisi hak dan kewajiban yang merupakan inti dari hukum, dan menjadi bagian penting dalam proses kebudayaan ini. Harus ada kepastian hukum tentang status pewaris karena hanya pewaris

yang berhak mewariskan hartanya kepada ahli waris. Harus ada kepastian hukum status kepemilikan harta waris, karena menentukan keabsahan proses pewarisan. Harta warisan adalah semua harta benda yang ditinggalkan oleh seseorang yang meninggal dunia, baik harta benda itu sudah dibagi atau belum dibagi atau memang tidak dibagi.

Termasuk pula dalam hal ini adalah status ahli waris, harus ditetapkan kepastian hukumnya siapa saja yang menjadi ahli waris. Ahli waris merupakan seseorang yang mempunyai hubungan darah dengan pewaris, yang mencakup hubungan darah kebawah, hubungan darah kesamping dan hubungan darah ke atas. Proses budaya pewarisan ini diutamakan hubungan darah ke bawah, jika hubungan darah ke bawah tidak ada maka beralih pada hubungan darah ke samping. Status ini merupakan masalah hukum bukan masalah budaya, oleh karena itu maka hukum itu memberikan kepastian tentang suatu status dalam kebudayaan.

Tiga (3) aspek penting tersebut di atas; pewaris, harta warisan, dan ahli waris menjadi tolok ukur ada atau tidak adanya sengketa harta keluarga dalam masyarakat Madura. Jika status pewarisnya jelas, status harta warisannya jelas, dan status ahli warisnya jelas maka proses budaya untuk menyelesaikan proses pewarisan akan berlangsung secara damai. Namun jika terjadi hal sebaliknya, maka proses pewarisan itu akan menimbulkan perselisihan.

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan, sengketa pewarisan harta keluarga di masyarakat Madura yang sering terjadi dalam hal:

1) Terdapat anak kandung (ahli waris) perkawinan pertama dan kedua
2) Almarhum (pewaris) meninggalkan janda tanpa anak
3) Terdapat anak angkat dan anak kandung (Mohammad Amir Hamzah, 1987:29).

Peranan "*Oreng Seppo*" dalam Penyelesaian Sengketa Harta Keluarga

Di masyarakat Madura ada dua (2) tokoh yang selalu menjadi kajian dalam kontek penyelesaian sengketa harta keluarga, yaitu *kyae* dan *klebun*. Konsep *kyai* dan *klebun* ini masuk dalam pengertian

'*reng seppo*" dalam arti luas, sedangkan "*reng seppo*" dalam arti sempit adalah "orang tua atau yang dituakan" dalam susunan kekerabatan keluarga yang bersangkutan. Kajian tentang "*reng seppo*" ini dalam menyelesaikan sengketa harta keluarga belum banyak dilakukan dan dikaji.

Dua tokoh ini mempunyai andil yang sangat besar dalam menciptakan suasana yang tentram dalam tata kehidupan masyarakat. Jika terjadi sengketa atau perselisihan harta keluarga, maka salah seorang anggota keluarga melaporkan kepada *klebun*, dengan maksud agar perselisihan yang terjadi diselesaikan secara damai dan musyawarah melalui mediator *klebun*. Konsep *klebun* sekarang berbeda dengan konsep *klebun* di masa lalu. *Klebun* masa lalu merupakan orang cerdik pandai di atas rata rata anggota masyarakat, sehingga menjadi panutan yang disegani. Implikasinya setiap perselisihan yang diajukan kepada *klebun* saat itu bisa diselesaikan dengan baik dan damai, dan tentu berbeda dengan sekarang. *Klebun* sekarang diproses melalui demokrasi yang kurang bermartabat, sehingga implikasinya *klebun* tidak mampu menjadi panutan dalam menyelesaikan sengketa, yang terjadi adalah proses penyelesaian sengketa model krambol, jika tidak mau, tidak mampu untuk diselesaikan maka *klebun* langsung melemparkan masalah yang terjadi ke pengadilan. Melalui model karambol ini, maka *klebun* merasa tidak terbebani dan merasa aman dengan berlindung atas ketidakmampuannya dalam menyelesaikan sengketa harta keluarga, sehingga implikasinya adalah tidak terjadi proses kebudayaan yang sakral dalam penyelesaian sengketa harta keluarga, kerukunan dan kedamaian sulit untuk dipertahankan.

Model karambol tersebut tidak selalu terjadi, jika klebun mampu menjadi mediator yang baik, maka penyelesaian perkara diarahkan untuk diselesaikan menurut hukum Islam, sehingga perkara yang terjadi diselesaikan oleh *kyae.* Prinsip penyelesaian oleh *kyae* adalah menggunkan hukum Islam. Sikap akhir terhadap perkara tergantung kepada kepatuhan para pihak terhadap hukum Islam yang telah diputuskan oleh *kyae*.

Terdapat tahapan yang penting dalam penyelesaian sengketa harta keluarga, yaitu tahapan penyelesaian oleh "*reng seppo*". Sebelum sengketa diselesaikan oleh *klebun* dan *kyae*, terlebih dahulu sengketa

itu diselesaikan oleh "*reng seppo*" dalam kekerabatan keluarga. "*Reng seppo*" ini adalah orang yang "dituakan" dalam kekerabatan, bisa orang yang paling tua dalam kekerabatan keluarga, bisa orang tua yang masih hidup seperti ayah atau ibu, atau bisa paman atau bibi yang dianggap mampu berlaku adil dan punya wawasan dan kemampuan untuk mempersatukan keluarga. "*Reng seppo*" ini mempunyai pengaruh yang kuat dalam kekerabatan keluarga sehingga apapun yang disampaikan akan dipatuhi oleh anggota keluarga yang bersengketa. "*Reng seppo*" ini menggunakan pendekatan budaya dalam menyelesaian sengketa yang terjadi.

Referensi

Hamzah, Mohammad Amir. (1987). *Sistem Pewarisan dalam Masyarakat Madura di Kecamatan Jrengik Kabupaten Sampang Khususnya Mengenai Tanah ditinjau Dari Hukum Adat*. Fakultas Hukum Universitas Airlangga.

PERNIKAHAN DINI PADA REMAJA ETNIS MADURA DITINJAU DARI PERSPEKTIF PSIKOLOGIS PERKEMBANGAN REMAJA

Oleh:
Yudho Bawono

Dalam melaksanakan sebuah pernikahan, kedua belah pihak sudah selayaknya mempertimbangkan faktor kesiapan dalam berbagai aspeknya, termasuk di dalamnya adalah tugas-tugas perkembangan pada masa remaja. Banyaknya pernikahan dini yang terjadi pada etnis Madura, baik itu di pulau Madura maupun di daerah tapal kuda yang menganggap bahwa pernikahan dini atau pernikahan di usia remaja sebagai sebuah tradisi yang turun-temurun dengan dilatarbelakangi berbagai alasan yang menyertainya perlu mendapat kajian teoretis maupun kajian di lapangan yang lebih mendalam (Y.B.).

***

Setiap orang dalam rentang kehidupannya dapat dipastikan akan berproses dan berkembang sejalan dengan usia dan fase perkembangannya, mulai dari masa bayi, masa anak-anak, masa remaja, masa dewasa dan masa lanjut usia (Santrock, 2007). Pada masa remaja, menurut Hurlock (1994), fase perkembangannya masih dibagi lagi menjadi awal masa remaja (13 atau 14 sampai 16 atau 17 tahun) dan akhir masa remaja (16 atau 17 sampai 18 tahun). Sementara Mönks, dkk (2001) membagi fase perkembangan remaja menjadi masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (15-18 tahun), dan masa remaja akhir (18-21 tahun). Selanjutnya Konopka (dalam Agustiani, 2009) sebagaimana Mönks dan kawan-kawan membagi

masa remaja menjadi masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (15-19 tahun), dan masa remaja akhir (19-22 tahun).

Istilah remaja itu sendiri berasal dari bahasa latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang artinya remaja) berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa (Hurlock, 1994). Pada masa remaja, salah satu tugas perkembangan yang harus dilaksanakan adalah mempersiapkan perkawinan dan keluarga (Havighurst dalam Hurlock, 1994). Namun di beberapa daerah tertentu di Indonesia, termasuk diantaranya adalah di pulau Madura maupun daerah *tapal kuda,* para remaja ini bukan lagi mempersiapkan perkawinan, melainkan sudah harus melaksanakan perkawinannya. Sehingga menurut Mönks, dkk (2001) para remaja ini mengalami masa remaja yang diperpendek karena mereka sudah memasuki dunia orang dewasa pada masanya, yaitu melangsungkan perkawinan atau pernikahan.

Psikologi Perkembangan Remaja

Pada bagian ini, perlu diuraikan terlebih dahulu pengertian dari psikologi, pengertian perkembangan, dan pengertian remaja, sebelum akhirnya dipaparkan tentang pengertian dari psikologi perkembangan remaja.

Secara etimologis, psikologi berasal dari bahasa Yunani, *psyche* yang memiliki arti jiwa, dan *logos* yang berarti ilmu, sehingga psikologi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang jiwa. Menurut Mussen dan Rosenzwieg (dalam Sobur, 2003) dalam rentang waktu yang relatif lama, terutama ketika psikologi masih merupakan bagian atau cabang dari filsafat, psikologi diartikan seperti pengertian tersebut. Namun dalam perkembangannya, psikologi didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia. Beberapa definisi menurut para ahli yang mengatakan bahwa psikologi adalah ilmu tentang tingkah laku antara lain adalah:

a. Branca, psikologi merupakan ilmu tentang tingkah laku.
b. Clifford T. Morgan, psikologi adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia dan hewan.
c. Woodworth dan Marquis, psikologi adalah ilmu tentang aktivitas-aktivitas individu, baik itu aktivitas motorik, kognitif maupun emosional.

d. Bimo Walgito, psikologi adalah ilmu yang menyelidiki serta mempelajari tentang tingkah laku atau aktivitas-aktivitas, dimana tingkah laku serta aktivitas-aktivitas itu merupakan manifestasi hidup kejiwaan.

Selama satu abad (1887-1987) telah teramati bahwa definisi yang stabil adalah psikologi sebagai ilmu tentang perilaku (Hastjarjo dalam Binnety, 2010). Definisi ini secara langsung maupun tidak langsung sangat terkait dengan perkembangan psikologi itu sendiri (Binnety, 2010).

Pengertian perkembangan menunjuk pada suatu proses ke arah yang lebih sempurna, bersifat tetap, dan tidak dapat diputar kembali (Werner dalam Mönks, dkk, 2001). Pada umumnya, proses perkembangan dialami oleh setiap manusia melalui beberapa tahap perkembangan sepanjang rentang hidupnya. Perkembangan seseorang tidak hanya dipelajari pada saat seseorang dilahirkan hingga masa tua, namun sejak seseorang masih dalam kandungan hingga meninggal dunia.

Remaja berasal dari bahasa latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang artinya remaja) berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa (Hurlock, 1994). Menurut Mönks, dkk (2001) masa remaja dibagi menjadi masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (15-18 tahun), dan masa remaja akhir (18-21 tahun). Konopka (dalam Agustiani, 2009) sebagaimana Mönks dan kawan-kawan membagi masa remaja menjadi masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (15-19 tahun), dan masa remaja akhir (19-22 tahun), sementara Hurlock (1994) membagi masa remaja menjadi dua fase perkembangan, yaitu awal masa remaja (13 atau 14 sampai 16 atau 17 tahun) dan akhir masa remaja (16 atau 17 sampai 18 tahun).

Hurlock (1994) mengemukakan ciri-ciri remaja antara lain sebagai berikut:

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Pada periode remaja, baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologis, keduanya sangat penting pada periode ini.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Peralihan tidak berarti terputus dengan atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, melainkan sebuah peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya apa yang telah terjadi sebelumnya akan membekas pada apa yang terjadi sekarang maupun masa yang akan datang.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Ada empat perubahan yang sama yang hampir bersifat universal. Pertama, meningginya emosi yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi.Kedua, perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial untuk diperankan menimbulkan masalah baru. Ketiga, dengan berubahnya minat dan pola perilaku, maka nilai-nilai juga berubah. Keempat, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Mereka menginginkan dan menuntut kebebasan, tetapi mereka sering takut bertanggung jawab akan akibatnya.

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Pada periode ini merupakan periode yang menjadi masa sulit bagi para remaja dalam mengatasi masalah. Hal ini dikarenakan selama masa kanak-kanak, masalah anak-anak sering diselesaikan oleh orangtua atau guru. Sehingga remaja merasa tidak berpengalaman untuk mengatasi masalahnya sendiri. Selain itu, remaja merasa dirinya harus mandiri dalam menyelesaikan masalah tanpa bantuan orangtua atau guru.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Pada tahun-tahun awal remaja, penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi anak laki-laki dan perempuan. Lambat laun mereka akan mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-temannya. Pencarian identitas diri yang menimbulakn kedilemaan akan membuat remaja mengalami krisis identitas.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

   Anggapan stereotipe budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, tidak dapat dipercaya, cenderung merusak dan berperilaku merusak membuat orang-orang dewasa merasa khawatir dan menimbulkan ketakutan terhadap remaja.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

   Remaja melihat dirinya dan orang lain sebagaimana yang diinginkannya bukan sebagaimana adanya, termasuk cita-citanya. Cita-cita yang tidak realistik ini akan membuat remaja emosi dan membuat remaja marah jika tidak dapat mencapainya dan dikecewakan oleh orang lain.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

   Peralihan masa remaja ke masa dewasa mengakibatkan remaja bingung dalam bersikap dan berperilaku selayaknya dewasa dan bukan seperti remaja, sehingga mereka bertindak seperti orang dewasa yaitu minum-minuman keras, menggunakan obat terlarang dan terlibat dalam perbuatan seks.

Menurut Havighurst (dalam Hurlock, 1994) yang disebut dengan tugas-tugas perkembangan yaitu tugas yang muncul pada saat atau sekitar suatu periode tertentu dari kehidupan individu, yang jika berhasil akan menimbulkan rasa bahagia dan membawa ke arah keberhasilan dalam melaksanakan tugas-tugas berikutnya, namun jika gagal, menimbulkan rasa tidak bahagia dan kesulitan dalam menghadapi tugas-tugas berikutnya.

Adapun tugas-tugas perkembangan remaja antara lain adalah sebagai berikut (Havighurst dalam Hurlock, 1994):

a. Mencapai hubungan baru dan yang lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita.
b. Mencapai peran sosial pria dan wanita.
c. Menerima keadaan fisiknya menggunakan tubuhnya secara efektif
d. Mengharap dan mencapai peilaku sosial yang bertanggung jawab.
e. Mencapai kemandirian emosional dari orangtua dan orang dewasa lainnya.

f. Mempersiapkan karier ekonomi.
g. Mempersiapkan perkawinan dan keluarga.
h. Memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi.

Berdasarkan pengertian psikologi, pengertian perkembangan, dan pengertian remaja sebagaimana diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa psikologi perkembangan remaja yaitu psikologi yang mempelajari perubahan atau perkembangan seseorang mulai dari masa pranatal sampai masa remaja yang terentang dari usia 12 tahun hingga 22 tahun.

Pernikahan pada Masa Remaja

Istilah pernikahan atau perkawinan sebenarnya tidak perlu diperdebatkan karena pada dasarnya perkawinan atau pernikahan itu sama bahkan dalam beberapa pasal di Kompilasi Hukum Islam tetap menyebut sebagai perkawinan, hanya saja istilah perkawinan tersebut dalam Islam diperhalus menjadi pernikahan dalam pengertian sebagai akad yang sangat kuat atau *mitsaqoon gholidhan* untuk menaati perintah Allah dan melaksanakannya merupakan ibadah (lihat Pasal 2 Kompilasi Hukum Islam/Inpres Nomor 1 Tahun 1991 Tanggal 10 Juni 1991). Selain dalam pasal 2 ini, dalam KHI pun selanjutnya tetap disebut perkawinan namun landasan utamanya yang disebut perkawinan tetap merujuk pada Pasal 2 (May, 2010).

Perkawinan adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami isteri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan). Perkawinan hanya diizinkan jika pihak pria sudah mencapai umur 19 tahun dan pihak wanita sudah mencapai umur 16 tahun, dan memenuhi syarat-syarat perkawinan yang salah satunya adalah untuk melangsungkan perkawinan seorang yang belum mencapai umur 21 tahun harus mendapat izin dari kedua orang tua. Peraturan Menteri Agama No. 11 tahun 2007 tentang Pencatatan Nikah Bab IV pasal 7 menyebutkan bahwa "Apabila seorang calon mempelai belum mencapai umur 21 tahun, harus mendapat izin tertulis dari orang tua". Izin ini sifatnya wajib, karena di usia tersebut

dipandang masih memerlukan bimbingan dan pengawasan orang tua/wali (dalam Katalog BPS, 2016).

Mengacu pada uraian di atas, maka batasan usia yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan dan Peraturan Menteri Agama No.11 tahun 2007 tentang Pencatatan Nikah Bab IV pasal 7, dalam psikologi perkembangan termasuk dalam batasan usia remaja (Hurlock, 1994; Mönks, dkk, 2001; Zulkifli, 2001; Konopka dalam Agustiani, 2009) karena di dalam hukum (undang-undang) tidak dikenal adanya istilah remaja (Sarwono, 2012). Dengan demikian, penggunaan istilah perkawinan/ pernikahan dini, perkawinan/ pernikahan di bawah umur, perkawinan/pernikahan usia muda atau perkawinan/pernikahan usia anak yang penulis kemukakan adalah merujuk pada istilah perkawinan/pernikahan usia remaja.

Menurut Rachmad (2017) data tentang pernikahan usia remaja di Indonesia berada pada kondisi yang memprihatinkan, bahkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional pada tahun 2012 terdapat fakta yang mengejutkan, diantaranya adalah: 1) Indonesia termasuk negara dengan persentase pernikahan usia muda tinggi di dunia (ranking 37); 2) tertinggi kedua di ASEAN setelah Kamboja; 3) Pada tahun 2010, terdapat 158 negara dengan usia legal minimum menikah adalah 18 tahun ke atas, dan Indonesia masih di luar itu.

Selain data dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional tersebut, beberapa informasi pendukung tentang telah terjadinya pernikahan usia remaja di Indonesia juga dapat ditemukan di berbagai media *online* seperti berita-berita berikut: 1) Pernikahan pasangan berusia 14 tahun di Kelurahan Borong Rappoa, Kecamatan Kindang, Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, 13 Juli 2017 (dalam Bahri, 2017); 2) Pernikahan pasangan berusia 15 tahun di Baturaja, Sumatera Selatan pada tanggal 17 Mei 2017 (dikutip Kumparan, 2017); 3) Sebanyak 333 anak atau remaja menikah sepanjang tahun 2017. Mereka berasal dari Kabupaten Luwu Utara, Kota Makassar, Kabupaten Pinrang, Kabupaten Sinjai, Kabupaten Soppeng, dan Kabupaten Wajo (dalam Fitriani, 2017); 4) Pernikahan di Desa Gantarang, Kelara, Jeneponto, Sulawesi Selatan pada tanggal 29 Mei

2016 dengan mempelai laki-laki berusia 13 tahun dan mempelai perempuan berusia 14 tahun (dikutip Liputan6, 2016).

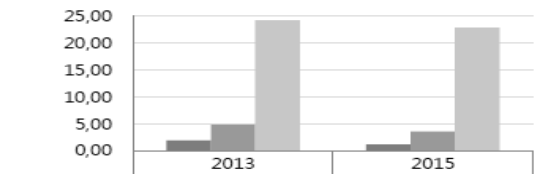
Berikut adalah data berdasarkan riset seputar perkawinan di bawah umur dan perkawinan tidak tercatat yang pernah dilakukan oleh Kementerian Agama pada tahun 2012 (dalam Widiyani, 2016):

Tabel 3.1. Tujuh Provinsi Tertinggi Pernikahan Dini

PROVINSI TERTINGGI PERNIKAHAN DINI			
NO	PROVINSI	KABUPATEN/KOTA	JUMLAH
1	BANTEN	KABUPATEN TANGERANG	–
2	JAWA BARAT	KABUPATEN CIANJUR, INDRAMAYU	825 pasangan
3	JAWA TENGAH	KABUPATEN BREBES	–
4	JAWA TIMUR	KABUPATEN MALANG, KABUPATEN BANGKALAN	474 pasangan
5	DI YOGYAKARTA	KOTA YOGYAKARTA	26 pasangan
6	KALIMANTAN SELATAN	KABUPATEN AMUNTAI, KABUPATEN BALANGAN	–
7	NUSA TENGGARA BARAT	KOTA MATARAM	44 pasangan

Sumber: Kementerian Agama Republik Indonesia (2012)

Informasi tentang banyaknya kejadian pernikahan usia remaja yang diuraikan di atas menunjukkan bahwa para remaja di Indonesia masih ada yang melakukan pernikahan yang usianya tidak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan. Dalam gambar 3.1 dapat dilihat data perempuan pernah kawin usia 20-24 tahun yang menikah sebelum usia 18 tahun di Indonesia pada tahun 2013-2015:

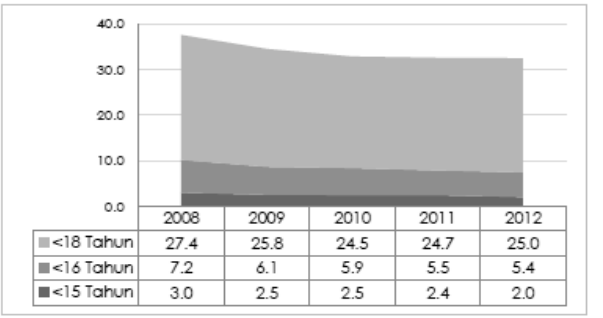


	2013	2015
<15 Tahun	1,87	1,12
<16 Tahun	4,78	3,54
<18 Tahun	24,17	22,82

Sumber: Susenas, 2013 dan 2015

Gambar 3.1. Persentase Perempuan Pernah Kawin Usia 20-24 Tahun menurut Usia Perkawinan Pertama, 2013-2015

Dari data tersebut, meskipun pernah terjadi penurunan prevalensi perempuan pernah kawin usia 20-24 tahun yang menikah sebelum usia 18 tahun di tahun 2008-2010 (Gambar 3.2), namun pada tahun 2011-2012 prevalensinya meningkat lagi.



	2008	2009	2010	2011	2012
<18 Tahun	27.4	25.8	24.5	24.7	25.0
<16 Tahun	7.2	6.1	5.9	5.5	5.4
<15 Tahun	3.0	2.5	2.5	2.4	2.0

Sumber: Susenas 2008-2012

Gambar 3.2. Persentase Perempuan Pernah Kawin Usia 20-24 Tahun yang Menikah Sebelum Usia 15, 16, atau 18 Tahun

Pernikahan Dini pada Remaja Etnis Madura Ditinjau dari Perspektif Psikologi Perkembangan Remaja

Yang disebut dengan pernikahan dini yaitu pernikahan yang berada di bawah batas usia dewasa atau pernikahan yang melibatkan satu atau dua pihak yang masih anak-anak. Sebuah pernikahan dikatakan sebagai pernikahan dini apabila ada salah satu pihak yang masih berada di bawah usia 18 tahun (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, 2012). Sementara menurut Alawiyah (2014 dalam Edi, 2017) pernikahan dini adalah pernikahan yang dilakukan pada usia terlalu muda yaitu pada rentang usia di bawah 16 tahun.

Temuan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) di Kawasan Pantura, perkawinan anak mencapai 35%, di mana 20% diantaranya dilakukan pada usia 9-11 tahun. Data dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) menunjukkan bahwa dari 2 juta perkawinan, sebanyak 34,5% termasuk dalam kategori pernikahan dini. Data pernikahan dini tertinggi berada di Jawa Timur, bahkan lebih tinggi dari angka rata-rata nasional yakni mencapai 39% (dalam Sakdiyah & Ningsih, 2013). Menurut Kepala Seksi Remaja Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional Propinsi Jawa Timur, perkawinan usia dini terbanyak terjadi di Madura, yakni sekitar 60% dan merata di empat kabupaten, Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep (dalam Sakdiyah & Ningsih, 2013) bahkan perkawinan dini ini juga terjadi pada masyarakat subkultur Madura yang berdomisili di daerah *tapal kuda* (meliputi Pasuruan, Probolinggo,

Lumajang, Jember, Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi). Di Kabupaten Probolinggo, misalnya, menurut catatan kantor Pengadilan Agama (PA) setempat, angka perkawinan di bawah usia 15 tahun pada tahun 2008 meningkat 500% dibanding tahun 2007, di mana sampai September 2008 tercatat ada 10 perkawinan yang usia pengantin perempuannya masih di bawah 15 tahun (dalam Hanafi, 2015). Selanjutnya data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2013 (dikutip Yunitasari, dkk, 2016) menyebutkan bahwa jumlah perempuan berusia 10 tahun dan di bawah 17 tahun di Jawa Timur (2011-2013) adalah 26,33%, di mana jumlah pernikahan dini masih tinggi di Bondowoso (53, 26%), Situbondo (51,54%), Probolinggo (48,09%), Sumenep (45,08%), dan Sampang (43,33%).

Berdasarkan data-data tersebut, persentase angka kejadian pernikahan usia remaja banyak terjadi di Pulau Madura dan daerah *tapal kuda*. Hal ini terjadi karena masyarakat etnis Madura masih memegang tradisi perjodohan yang dilakukan sejak masih dalam kandungan (Rohmah, 2016) maupun sudah beranjak pada masa kanak-kanak yang dikenal dengan tradisi *"tan-mantanan"* yaitu tradisi pengantin anak kecil seperti yang dilakukan oleh pengantin orang dewasa, yang dilakukan dari awal proses pertunangan (*bebekalan*) sampai dengan proses resepsi pernikahan, bedanya tidak dilakukan ijab kabul seperti yang dilakukan pengantin orang dewasa, karena mereka masih berusia sekitar 4-10 tahun sehingga belum waktunya diikat sebagai suami-istri (Nuri, 2016).

Pernikahan dini ini terus terjadi juga disebabkan adanya kepercayaan yang dianut oleh masyarakat. Penelitian Bahrudin (2016) di Desa Banjarbillah, Kecamatan Tambelangan, Kabupaten Sampang, Madura, menemukan bahwa jika ada warga perempuan yang telah mencapai usia 15-18 tahun, dan belum menikah, mereka akan menjadi bahan gunjingan masyarakat dan diejek dengan julukan *sangkal* yaitu tidak akan ada lagi pemuda yang bersedia menikah gadis tersebut dalam jangka waktu yang lama. Kepercayaan akan *sangkal* tersebut membuat warga desa segera menikahkan anaknya. Ketika ada pemuda yang melamar anak gadisnya, orang tidak memperdulikan lagi usia si gadis, tidak memperdulikan asal usul pemuda yang melamar dan tidak memperdulikan apakah si gadis bersedia dinikahi atau tidak. Masyarakat desa juga meyakini bahwa

pertemanan antara laki-laki dan perempuan yang tidak terikat pernikahan merupakan perbuatan dosa dan juga dapat menimbulkan fitnah. Seluruh warga desa adalah Muslim yang memegang teguh turunan Islam bahwa pernikahan merupakan kewajiban semua umat Islam dan seseorang wajib dinikahkan apabila mencapai umur yang cukup.

Selain itu, Yasak & Dewi (2015) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa anak perempuan di Dusun Jambu Monyet, Lenteng Barat, Kabupaten Sumenep, Madura kebanyakan diperintahkan segera menikah oleh orangtuanya dengan alasan mematuhi hukum adat-istiadat dan anjuran agama. Hal tersebut dikarenakan orang tua yang menginginkan anak perempuannya selamat dari mitos perawan tua. Selain itu, alasan ekonomi juga menjadi latar belakang orangtua segera menikahkan anak perempuannya, sehingga pendidikan untuk anak perempuan dianggap tidak terlalu penting, apalagi untuk membiayai anaknya melanjutkan sekolah ke tingkat yang lebih tinggi, sebagaimana ditemukan kejadiannya di Dusun Pocogan 1 Lajing, Arosbaya, Kabupaten Bangkalan, Madura (Agustine dalam Kurniawati, dkk, 2017).

Penelitian Jannah (2011) di Desa Pandan, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan, Madura juga menemukan bahwa masyarakat yang setuju terjadinya pernikahan dini karena beralasan untuk menyelamatkan agama (Islam), karena agama membolehkan menikah apabila sudah *baligh* dan yang ditentukan oleh agama pasti baik untuk umatnya. Selain itu juga untuk menghindari pergaulan bebas, adanya kebanggaan dari orang tua karena anaknya "cepat laku" dan tidak menjadi beban orang tua, serta pernikahan dini yang dianggap sebagai sebuah tradisi yang melekat pada masyarakat Madura.

Pada masyarakat subkultur Madura di Kabupaten Probolinggo, berdasarkan penelitiannya, Hanafi (2015) mengatakan bahwa praktik perkawinan remaja masih terjadi karena masyarakat masih memosisikan anak perempuan sebagai warga kelas dua. Akibatnya, para orang tua mempercepat perkawinan anak gadisnya dengan alasan diantaranya, pendidikan tinggi yang dianggap tidak penting bagi anak perempuan, kekhawatiran anak perempuan akan terkena stigma perawan tua, dan kemandirian anak perempuan secara ekonomi yang dianggap bukan hal yang penting baginya.

Alasan-alasan menikahkan remaja, khususnya remaja perempuan etnis Madura ini pada akhirnya menimbulkan dampak yang tidak diinginkan, antara lain adalah ketidakharmonisan, kurangnya kesadaran untuk bertanggungjawab dalam kehidupan rumah tangga (Jannah, 2011), putus sekolah, hak kebebasan yang terampas (Yasak & Dewi, 2015), cepat mengalami konflik atau pertengkaran (Alghifari dalam Zumriyah, 2015) sehingga dapat disimpulkan bahwa perkawinan/pernikahan usia remaja memiliki dampak negatif dari segi pendidikan, sosial, ekonomi, psikologis, fisik, dan kesehatan reproduksi perempuan (Yunitasari, dkk, 2016) bahkan menurut Mubasyaroh (2016) pernikahan pada usia remaja dikatakan hanya membawa penderitaan saja.

Sebaliknya, penelitian Zumriyah (2015) di Desa Larangan Luar, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, Madura justru menemukan bahwa pasangan yang menikah dini, meskipun dalam kondisi ekonomi yang serba kekurangan namun tetap dapat hidup bahagia. Penelitian Setyawan (2016) di Pulau Mandangin, Kabupaten Sampang, Madura, juga menunjukkan bahwa meskipun para perempuan yang menikah dini, kondisi gejala kesehatan yang kurang baik, terhambatnya pengembangan bakat minat dan komunikasi dengan lingkungan sosial, serta terbatasnya pemenuhan kebutuhan hidup, namun mereka tetap memiliki kualitas hidup yang relatif baik karena memiliki sikap ikhlas, pasrah, dan merasa cukup dengan kondisi yang ada. Lebih lanjut Setyawan (2016) mengatakan bahwa pernikahan dini berhubungan erat dengan kesejahteraan perempuan muda yang mengalaminya.

Pendapat ini didukung Miswiyawati (2017) dari hasil penelitiannya yang menemukan bahwa pasangan yang menikah muda (remaja) merasakan kesejahteraan subjektif *(subjective well-being)* yang cukup tinggi dalam pernikahan. Kesejahteraan subyektif yang terbentuk dalam diri pasangan muda tersebut yaitu pasangan muda dapat menerima kondisi yang telah dialaminya dan bersyukur atas apa yang dialaminya. Secara keseluruhan pasangan muda lebih sering merasakan afek positif daripada afek negatif.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa pernikahan dapat mempengaruhi kesejahteraan subyektif termasuk pernikahan pada pasangan muda (remaja) (Miswiyawati, 2017). Pernikahan di usia

remaja ini banyak terjadi pada remaja etnis Madura, khususnya pada remaja perempuan yang tidak hanya ada di Pulau Madura, seperti Bangkalan, Sampang, Pamekasan, maupun Sumenep dan pulau-pulau kecil yang ada di sekitar Pulau Madura, namun juga di daerah *tapal kuda* seperti Pasuruan, Probolinggo, Lumajang, Jember, Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi (Haryono, 2008; Wibisono & Haryono, 2009; Hairi, 2009; Aryani, dkk, 2012; Fatmawati, 2012; Sumbulah & Jannah, 2012; Priswati, 2015; Ilmiah, 2016; Anisah, 2016).

Pada masa remaja, salah satu tugas perkembangan yang seharusnya dilaksanakan adalah mempersiapkan perkawinan dan keluarga (Havighurst dalam Hurlock, 1994). Namun di beberapa daerah tertentu di Indonesia, termasuk di pulau Madura dan daerah *tapal kuda,* para remaja ini bukan lagi mempersiapkan perkawinan, melainkan sudah harus melaksanakan perkawinannya, sehingga menurut Mönks, dkk (2001) para remaja ini mengalami remaja diperpendek karena mereka sudah memasuki dunia orang dewasa pada masanya, dimana menikah merupakan salah satu tugas perkembangan yang harus dijalani dan dilakukan pada rentang dewasa awal (Havighurst dalam Aryanto, 2017) dimana menurut Tunggadewi (dalam Aryanto, 2017) remaja sebaiknya menjalani tugas perkembangan sesuai dengan tahapan dan rentang usia yang tepat, sebab jika seseorang terlalu cepat atau terlambat dalam menjalankan tugas perkembangannya, akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikannya di waktu lain dan menghambat pelaksanaan tugas perkembangan di tahapan selanjutnya.

Referensi

Agustiani, H. (2009). *Psikologi Perkembangan : Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja.* Bandung : PT Refika Aditama

Anisah. (2016). *Model Komunikasi Pasangan Nikah Usia Dini Etnis Madura Studi di Desa Morombuh Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan.* Skripsi (tidak diterbitkan). Surabaya : Program Studi Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Aryani, N. D., Widyarini, N., & Nurhaqimah, Y. S. (2012). *Studi Deskriptif tentang Kematangan Emosi Pasangan Pernikahan Dini pada Suku Madura Pendhalungan.* INSIGHT. Vol. V. No. 1, Februari 2012

Aryanto. (2017). *Remaja Siap Nikah Belum Tentu Dewasa*. Intisari. September 2017,70-78.

Bahri, S. (2017). *Pernikahan Dini Pasangan Berusia 14 Tahun Hebohkan Warga Bulukumba.* (diambil dari: http://www.tribunnews.com/regional/2017/07/15/pernikahan-dini-pasangan-berusia-14-tahun-hebohkan-warga-bulukumba). Diakses tanggal 26 Oktober 2017

Bahrudin. (2016). *Konflik Intrapersonal Remaja Putri yang Dipaksa Menikah Dini di Desa Banjarbillah.* Skripsi (tidak diterbitkan). Bangkalan : Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura

Bhinety, (M. 2010). *Telaah Historis Perkembangan Psikologi Eksperimen dan Metode Eksperimen*. Makalah (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Fatmawati, E. (2012). *Pernikahan Dini pada Komunitas Muslim Madura di Kabupaten Jember*. Jurnal Edu-Islamika, Vol. 3, No. 1, Maret 2012, 69-94

Fitriani, S. (2017). *Dalam 7 Bulan, 333 Remaja di SulSel Jalani Pernikahan Dini.* (diambil dari; https://www.rappler.com/indonesia/berita/178927-dalam-7-bulan-333-remaja-sulsel-pernikahan-dini). Diakses tanggal 26 Oktober 2017

Hairi. (2009). *Fenomena Pernikahan di usia Muda di Kalangan Masyarakat Muslim Madura (Studi Kasus di Desa Bajur Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan).* Skripsi (tidak diterbitkan). Yogyakarta : Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Hanafi, Y. (2015). *Pengendalian Perkawinan Dini* (Child Marriage) *Melalui Pengembangan Modul Pendidikan Penyadaran Hukum: Studi Kasus pada Masyarakat Subkultur Madura di Daerah Tapal Kuda, Jawa Timur*. PALASTREN. Vol. 8, No. 2, Desember 2015, 399-421

Haryono, A. (2008). *Tradisi Perkawinan Usia Dini Kelompok Etnik Madura di Jember* (Younger Marriage Tradition of Madurese in Jember). *Kultur (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora), Lemlit UNEJ, Vol. 2.No. 3. Maret 2008, 53-76*

Hurlock, E. B. (1994). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan.* Jakarta: Erlangga

Ilmiah, S. (2016). *Pernikahan Dini pada Etnis Madura dan Keturunan Madura di Kabupaten Jember (Studi Kasus di Desa Karang Semanding Kecamatan Balung).* Skripsi (tidak diterbitkan). Malang: Program Studi Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang

Jannah, F. (2011). *Pernikahan Dini dalam Pandangan Masyarakat Madura (Studi Fenomenologi di Desa Pandan Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan)*. Skripsi (tidak diterbitkan). Malang : Jurusan Al-Ahwal Al-Syakhshiyyah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Katalog Badan Pusat Statistik. (2016a). *Perkawinan Usia Anak di Indonesia 2013 dan 2015*

Katalog Badan Pusat Statistik. (2016b). *Kemajuan Yang Tertunda : Analisis Data Perkawinan Usia Anak di Indonesia*

Kumparan. (2017). *Heboh Dua Siswa SMP Menikah di Usia 15 Tahun.* (diambil dari: https://kumparan.com/salmah-muslimah/heboh-dua-siswa-smp-menikah-di-usia-15-tahun). Diakses tanggal 26 Oktober 2017

Kurniawati, N. D., Rachmad, T. H., & Yuriadi. (2017). *Fenomena Pernikahan Dini di Madura.* Malang : AE Publishing

Liputan6. (2016). *Heboh Pernikahan Pasangan Bocah 13 tahun di Sulawesi Selatan.* (diambil dari: http://citizen6.liputan6.com/read/2529285/heboh-pernikahan-pasangan-bocah-13-tahun-di-sulawesi-selatan). Diakses tanggal 26 Oktober 2017

May, M. (2010). *Kawin atau Nikah?* (diambil dari: https://www.kompasiana.com/melianawaty/kawin-atau-nikah_55001ad7a33311237050fdf7). Diakses 26 Oktober 2017

Miswiyawati, D. (2017). *Subjective Well-Being pada Pasangan yang Menikah Muda.* Skripsi (tidak diterbitkan). Surakarta : Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Mönks, F. J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R. (2001). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press

Mubasyaroh. (2016). *Analisis Faktor Penyebab Pernikahan Dini dan Dampaknya bagi Pelakunya.* Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosial Keagamaan.YUDISIA. Vol. 7, No. 2, Desember 2016, 385-411

Nuri, S. (2016). *Agresivitas Remaja Putri Akibat Tradisi* Tan Mantanan *di Desa Poteran Kecamatan Talango Kabupaten Sumenep.* Skripsi (tidak diterbitkan). Bangkalan: Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura

Priswati, R. A. S. E. (2015). *Sikap Janda dengan Pengalaman Pernikahan Dini terhadap Persepsi Negatif Masyarakat di Kabupaten Sumenep.* Skripsi (tidak diterbitkan). Bangkalan : Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura

Rachmad, T. H. (2017). *Kontestasi Pernikahan Dini dalam Kajian Budaya Madura. (Dalam : Fenomena Pernikahan Dini di Madura. Editor : Kurniawati, N. D, Rachmad, T. H. & Yuriadi).* Malang : AE Publishing

Rohmah, L. (2016). *Penyesuaian Pasangan yang Dijodohkan Sejak dalam Kandungan di Desa Poteran, Talango, Sumenep.* Skripsi (tidak diterbitkan). Bangkalan : Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura

Sakdiyah, H., & Ningsih, K. (2013). *Mencegah pernikahan dini untuk membentuk generasi berkualitas Preventing Early-age Marriage to Establish Qualified Generation, 26*(1), 35-54.

Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan Masa Hidup.* Jakarta: Erlangga

Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi Remaja.* Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Setyawan, A. (2016). *Kualitas Hidup Perempuan Pulau mandangin yang Menikah Dini*. Skripsi (tidak diterbitkan). Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia

Sumbulah, U. & Jannah, F. (2012). *Pernikahan Dini dan Implikasinya terhadap Kehidupan Keluarga pada Masyarakat Madura (Perspektif Hukum dan Gender).* Egalita Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender, Vol. VII, No. 1, Januari 2012, 83-101

Wibisono, B. & Hariyono, A. (2009). *Pola-Pola Komunikasi Etnis Madura Pelaku Perkawinan Usia Dini (Kajian Etnografi Komunikasi).* Laporan Penelitian Fundamental Tahap I. Jember: Universitas Jember

Widiyani, R. (2016). *Kementerian Agama Catat 7 Provinsi Tertinggi Nikah Dini*. (diambil dari: http://www.harnas.co/2016/03/02/kementerian-agama-catat-7-provinsi-tertinggi-nikah-dini). Diakses tanggal 26 Oktober 2016.

Yasak, E. M., & Dewi, S. I. (2015). *Budaya Pernikahan Dini Terhadap Kesetaraan Gender Masyarakat Madura*, *4*(3), 426–431.

Yunitasari, E., Pradanie, R., & Susilawati, A. (2016). *Pernikahan Dini Berbasis Transkultural Nursing di Desa Kara Kecamatan Torjun Sampang Madura* (Early Marriage Based on Transcultural Nursing Theory in Kara Village Sampang). *Jurnal Ners. Vol. 11, No. 2, Oktober 2016. 164-169*

Zulkifli. (2001). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Zumriyah, R. (2015). *Keharmonisan Keluarga pada Pasangan yang Menikah Dini. (Studi Kasus Pasangan Meningah Dini di Desa Larangan Luar Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan Madura)*. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Bangkalan: Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.

PEREMPUAN MADURA DALAM BAYANG-BAYANG MANTAN SUAMI: PENYESUAIAN PASCA-PERCERAIAN DI MADURA

Oleh:
Yan Ariyani

Penyesuaian yang tepat dalam menghadapi perceraian sangat diperlukan oleh seseorang yang mengalami perceraian demi bangkit dari keterpurukan berkepanjangan. Hal ini dikarenakan meskipun rata- rata anak-anak dan orang dewasa yang bercerai dan menikah kembali, mungkin menghadapi tekanan lebih jauh dan menunjukkan lebih banyak masalah dalam hubungan keluarga dan penyesuaian pribadi daripada keluarga yang tidak bercerai. Namun mereka harus tangguh dan mampu mengatasi situasi kehidupan baru mereka. Bagaimana pun, menikah kembali bisa memberikan harapan baru bagi masing-masing pasangan (Hetherington, 2003 & Johnson dalam Papalia, dkk, 2007).

***

Dewasa ini perceraian makin marak di Indonesia. Hampir setiap hari infotainment menyuguhkan sajian berita perceraian selebriti di tanah air. Tidak hanya selebriti, angka perceraian masyarakat umum juga meningkat dari tahun ke tahun. Di daerah yang basis agama masyarakatnya kuat, angka perceraian masih cukup tinggi. Masyarakat Madura yang dikenal sebagai penganut agama Islam yang kuat, ternyata tingkat perceraiannya pun cukup tinggi.

Bagi masyarakat Madura pada umumnya yang menjunjung tinggi Islam sebagai agama mereka, pilihan untuk bercerai itu merupakan pilihan terakhir daripada membawa *kemudharatan* (keburukan)

yang lebih parah lagi. Pilihan ini juga pilihan sulit, mengingat perceraian sering diindikasikan sebagai ketidak-berhasilan keluarga, terutama suami dalam membina rumah tangganya. Akibatnya, suami akan merasa malu dan terhina dijadikan bahan gunjingan orang di sekitarnya. Meski pilihan terakhir, tetap masih banyak orang Madura yang memilih bercerai.

Carok bahkan bisa terjadi sebagai dalih mempertahankan harga diri, terutama atas wanita, meski itu sudah menjadi mantan istri. Menurut Wiyata (2006), kejadian tersebut tidak terlepas dari adanya konsepsi di masyarakat Madura bahwa untuk mempertahankan harga diri, laki-laki Madura lebih memilih melakukan *Carok*, yaitu suatu tindakan atau upaya pembunuhan menggunakan senjata tajam pada umumnya celurit yang dilakukan oleh orang laki-laki terhadap laki-laki lain yang dianggap telah melakukan pelecehan terhadap harga diri, terutama berkaitan dengan masalah kehormatan istri sehingga membuat *Malo* (terhina).

Dengan alasan menjaga kehormatan itu pula, setelah perceraian pun mantan suami masih melakukan intervensi pada kehidupan mantan istrinya. Tidak sedikit di antara mereka masih merasa memiliki andil ketika mantan istrinya memilih calon suami baru. Terkadang mereka menyuruh seseorang untuk membuntuti dan mengamati gerak-gerik mantan istrinya, terutama dalam hal berhubungan dengan laki-laki lain. Jika istri memiliki kedekatan atau menjalin kasih dengan orang lain, maka mantan suami tidak segan-segan mendekati bahkan menantang orang tersebut (Rozaki, 2004).

Kasus *Carok* semacam ini menunjukkan bahwa posisi mantan istri di masyarakat Madura, belum bisa bebas sepenuhnya meski sudah bercerai. Mantan suami terkadang masih berusaha melibatkan diri dalam kehidupan mantan istrinya, sehingga mantan istri mengalami tekanan, baik secara psikologis maupun tekanan sosial budaya dalam menghadapi masa-masa pasca perceraian. Melepaskan diri dari tekanan-tekanan tersebut menjadi kendala tersendiri bagi perempuan Madura.

Penyesuaian terhadap Perceraian

Bagi perempuan Madura, menyandang status janda memang tidaklah mudah. Pasca-perceraian, selain menghadapi tekanan

psikologis, sosial, dan budaya, perempuan Madura menghadapi tekanan-tekanan yang lain, karena hidup tetap harus terus berlanjut. Sebagai perempuan yang bercerai, ia harus melakukan banyak penyesuaian terkait status barunya tersebut. Goode (1991) mengidentifikasi beberapa perubahan yang akan terjadi dan memerlukan penyesuaian kembali ketika seseorang mengalami perceraian, yaitu: (1) penghentian kepuasan seksual, (2) hilangnya persahabatan, kasih sayang atau rasa aman, (3) hilangnya model peran dewasa untuk diikuti oleh anak-anak, (4) penambahan dalam beban rumah tangga bagi pasangan yang ditinggalkan, terutama dalam menangani anak-anak, (5) penambahan dalam persoalan ekonomi, (6) pembagian kembali tugas-tugas rumah tangga dan tanggung jawabnya.

Papalia, Stern, Feldman, & Camp (2007) juga memaparkan beberapa penyesuaian yang harus dilakukan oleh seseorang yang mengalami perceraian, di antaranya adalah penyesuaian bahwa ia tidak lagi menjadi istri seseorang, perselisihan dengan mantan suami, kesulitan ekonomi, tidak adanya dukungan emosional, dan juga harus keluar dari rumahnya. Selain itu, perceraian dapat memunculkan perasaan gagal, bersalah, permusuhan, terus menyalahkan diri sendiri, serta mengakibatkan depresi, sakit, dan bahkan kematian. Perceraian juga memberikan dampak yang lebih berkepanjangan terutama pada orang-orang yang tidak mempunyai inisiatif untuk bercerai atau yang tidak menikah kembali. Perempuan juga dinilai mengalami dampak lebih berat dibandingkan laki-laki, baik secara psikis maupun materi.

Penyesuaian yang selama ini dilakukan oleh perempuan Madura cenderung ke arah upaya untuk mengatasi kebutuhan secara ekonomi, seperti bekerja untuk kebutuhan rumah tangga yang harus ia tanggung sendiri dan juga menjadi orang tua tunggal yang baik untuk anaknya.

Berkaitan dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi, para mantan istri ini mengalami semua *station* yang disampaikan oleh Bohannan (1970, dalam Olson & DeFrain, 2006), baik itu masalah hukum, emosional, ekonomi, pengasuhan anak, berkaitan dengan pandangan masyarakat, dan juga masalah psikologis. Keenam upaya itu, sebagai berikut:

Petama, upaya untuk mengatasi kesulitan dalam urusan legal dilakukan dengan mengikuti prosedur yang ada atau ada juga orang-orang yang memilih untuk membayar pegawai Pengadilan Agama agar bisa "terima beres". Sebenarnya, akan lebih mudah jika kedua pihak sama-sama setuju, sehingga kesepakatan untuk mengajukan perceraian sudah ada sebelumnya. Namun ada orang-orang yang tidak melakukan upaya apa pun, dia hanya mengikuti persidangan itu dengan keterpaksaannya.

Kedua, upaya untuk mengatasi atau mengurangi reaksi emosi dilakukan dengan cara merenung dan berpikir bahwa mantan suami adalah ayah dari anaknya atau menganggap bahwa mantan suami seperti saudara dan berusaha biasa saja terhadap hal itu. Ada kalanya mereka menganggap tidak ada masalah, berusaha memendam cerita, dan memilih untuk diam saja. Selain itu, mereka berusaha mengatasinya dengan menata masa depan, pergi jauh, menyibukkan diri dengan pekerjaan, dan menghindari kontak dengan mantan suami.

Ketiga, upaya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi pasca-perceraian dilakukan dengan bekerja. Jika mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka seluruhnya, mereka dibantu oleh orang tua mereka. Ada juga mantan suami yang hanya membantu kebutuhan anak mereka. Selain itu, mereka terpaksa berhutang karena penghasilan yang mereka peroleh tidak mencukupi kebutuhan harian mereka.

Keempat, untuk hak asuh atas anak, mayoritas ibu mendapatkan hak asuh secara legal atas putusan Pengadilan Agama. Selain itu anak dirasa lebih baik ikut ibunya karena ayahnya tidak diketahui keberadaannya. Setelah bercerai, muncul pembagian peran baru bagi ayah dan ibu untuk anaknya. Peran itu berupa ibu yang mengasuh anaknya sendirian tanpa suami. Namun ayah masih bisa bertemu dan berkumpul dengan anaknya berdasarkan kesepakatan, seperti anak berkumpul dengan ayahnya ketika si anak liburan sekolah. Si ayah juga bertanggung jawab pada nafkah anaknya. Ada juga ibu yang harus mengasuh anaknya sendirian karena mantan suaminya menghilang atau si anak tidak lagi menganggap ayahnya ada karena kebencian mereka. Perebutan hak asuh anak cenderung dimenangkan oleh ibu, karena di Indonesia, pengasuhan anak di bawah usia 17 tahun ada di tangan ibunya.

Menjalankan peran sebagai orang tua tunggal dirasakan oleh mereka sebagai sesuatu yang sulit, terutama karena harus menanggung kebutuhan keluarga sendiri, apalagi jika penghasilan mereka pas-pasan. Grall (2003 dalam Williams, dkk, 2006) membenarkan bahwa hanya 59% saja pemegang hak asuh yang mendapatkan dukungan dana dari mantan suaminya. Selain itu, si ibu juga kesulitan mengasuh anaknya karena si anak masih kecil dan selalu menanyakan ayahnya dan masih membutuhkan figur ayahnya. Mayoritas yang terjadi pada orang Madura pun, termasuk pada tipe *sole custody*, dimana anak tinggal bersama salah satu orang tua yang memperoleh hak asuh atasnya, dan orang tua lainnya hanya memiliki hak kunjungan saja (Williams, dkk, 2006).

Kelima, upaya untuk menjalani peran sebagai orang tua tunggal adalah dengan melakukan pendampingan terhadap anaknya. Di antaranya dilakukan dengan cara selalu membawa anaknya ke mana pun mereka pergi. Ibu juga berusaha menjelaskan kepada anaknya bahwa ayahnya masih ada dan ayahnya tetap ayahnya, sehingga anak tidak menyimpan kebencian terhadap ayah mereka. Jika si anak tidak menanyakan tentang ayahnya, si ibu cenderung mengabaikan dan tidak menjelaskan ke anaknya, tapi ada juga ibu yang berusaha agar anaknya bisa bertemu dengan ayahnya ketika liburan sekolah.

Keenam adalah menghadapi pandangan dan reaksi dari tetangga atau orang sekitar, terutama yang negatif. Mereka yang berpandangan negatif mengganggap janda sebagai pengganggu rumah tangga orang dan menjadi bahan gunjingan. Sebagian orang mengaku orang tuanya tidak bisa menerima jika anaknya dibicarakan orang. Yang lebih parah adalah ada masyarakat yang menganggap bahwa janda akan mengganggu rumah tangga orang lain. Berbagai pandangan negatif dapat dilalui dengan adanya dukungan dari orang-orang terdekat. Ada orang tua, saudara, guru spiritual, dan teman. Bentuk dukungan yang mereka berikan adalah dengan mendinginkan suasana, mengingatkan soal etika, dan mengingatkan untuk tidak sedih, serta selalu sabar. Ada juga orang tua dari anak yang bercerai ini yang sengaja memindahkan tempat kerja anaknya agar lebih nyaman. Ada juga guru ngaji atau pendamping spiritualnya yang memberi doa-doa agar dia tenang. Penyesuaian yang cenderung mereka lakukan adalah berusaha menjauh dari lingkungan asal

mereka, misalnya dengan menjadi pekerja di daerah lain untuk waktu yang cukup lama. Cara ini sesuai dengan yang hasil penelitian Rozaki (2004) karena dengan cara keluar dari Madura, dia bisa memulai kehidupan barunya dengan laki-laki lain.

Perceraian telah mengubah harga diri mereka, sehingga ada yang merasa malu hingga menarik diri dan tidak mau bertemu dengan orang lain. Terkait penerimaan akan perceraian dan status baru sebagai janda, ada sebagian orang yang belum bisa menerima perceraian yang mereka hadapi, apalagi harus menerima status janda. Broody (1999 dalam Williams, dkk, 2006) mengkategorikan penerimaan ini dalam tahap *denial*, yaitu ketidakmampuan dalam menerima bahwa perpisahan lebih baik. Sebagian yang masih menyimpan kemarahan dimasukkan dalam tahap *anger and depression* dan yang bisa menerima perceraian tersebut dianggap masuk ke dalam tahapan *acceptance and forgiveness*.

Kesulitan memulai atau menjalani hubungan dengan lawan jenis

Mereka masih punya perasaan khawatir pasangan barunya tidak bisa menyayangi anak mereka dan takut mengalami kejadian yang sama untuk kedua kalinya. Sebaliknya, ada orang-orang yang masih malas memulai untuk menjalin hubungan dengan lelaki karena orang tua tidak setuju. Dengan status janda yang mereka sandang, mereka mengaku kesulitan mencari pasangan. Penyebabnya antara lain adalah mereka merasa diguna-guna, sehingga selalu ditolak atau tidak pernah cocok dengan orang lain. Selain itu, mantan suami terkadang masih ikut memantau siapa yang menjadi calon suami dari mantan istrinya. Meskipun tidak semua, menurut Rozaki (2004) kebanyakan istri *blater* merasa kesulitan untuk menikah lagi karena mereka cenderung akan tetap mengikuti gerak-gerik mantan istrinya terutama kaitannya dengan laki-laki lain.

Upaya mantan suami untuk tetap terlibat dalam kehidupan mantan istrinya bisa dialami oleh berbagai kalangan di masyarakat Madura, mulai dari rakyat biasa, kiai hingga *blater*, dua sosok pemimpin informal di masyarakat Madura. Kiai adalah guru yang mendidik dan mengajarkan pengetahuan agama yang memberikan tuntunan dan pedoman dalam menjalani kehidupan dunia dan akhirat. Sedangkan orang *blater* adalah orang yang memiliki kepandaian dalam hal

olah kanuragan, terkadang disertai pula dengan ilmu kekebalan dan kemampuan magis yang menambah daya karismatis lainnya. *Blater* bagi warga Madura diapresiasi dalam dua peran berbeda. Di satu sisi, *Blater* dicitrakan sebagai sosok yang memberikan perlindungan secara fisik terhadap masyarakat, dipersepsikan memiliki perangai yang halus, sopan, dan menghargai orang lain. Di sisi yang lain adalah *Blater* tidak menjalankan fungsi sosial seperti di atas, yang biasa disebut sebagai bajingan (Rozaki, 2004). Jadi, *Blater* adalah seorang pelindung dan bajingan sekaligus dalam satu sosok.

Hasil penelitian Rozaki, di kalangan kiai, selain adanya praktek poligami, ada hal unik lainnya, yaitu bila kiai menceraikan istrinya, tidak ada satu pun dari anggota masyarakat yang berani untuk mengawininya, kecuali mereka yang tingkat atau status kekiaiannya lebih tinggi dari kiai yang menceraikannnya. Anehnya, baik kiai tersebut maupun warga masyarakat, seolah tidak rela kalau ada orang yang berani mengawini perempuan (janda) mantan kiai. Alasan mengapa kiai dan juga para santrinya tidak senang pada lelaki yang akan mengawini janda kiai adalah karena mereka merasa khawatir rahasia, terutama kelemahan yang dimiliki kiai yang sudah diketahui oleh bekas istri tersebut bocor atau diketahui oleh suami barunya. Guna menutupi kemungkinan terbongkarnya aib itu, si janda tadi terus "dijaga" kesendiriannya. Alasan lainnya adalah karena kiai itu figur yang sangat dihormati oleh masyarakat. Sebagai bentuk penghormatan atas diri sang kiai tentunya sangat tidak pantas mengambil sesuatu yang pernah menjadi miliknya, kecuali telah memperoleh restu darinya.

Sementara di kalangan *Blater*, poligami menunjukkan kejagoannya, semakin banyak istri yang dimiliki oleh seorang *Blater* menunjukkan kemampuan dirinya, dalam memberikan perlindungan secara materi maupun non materi. Mereka juga tidak ingin bekas istrinya dikawini oleh orang lain. Bahkan kalau ada orang yang berani mendekati saja, biasanya si lelaki itu akan mendapat ancaman *carok*. Hanya lelaki yang berani dan tangguh yang mampu melepaskan diri dari teror sang mantan suami itu. Ada dua cara bagi mereka untuk dapat mengawini mantan istri *Blater*. *Pertama*, memperoleh izin dari mantan sang suami yang *Blater* tersebut. *Kedua,* mereka yang memiliki

keberanian dan kapasitas ke-*blater*-an atau kejagoannya dapat menandingi atau mengimbangi mantan suami sebelumnya.

Sedangkan di kalangan masyarakat biasa, salah satu hasil penelitian Bousma (1989) mengisahkan tentang pembunuhan yang dilakukan Sura terhadap Hassan. Hassan, Ketua Hansip Desa Beru, sejak beberapa lama mempunyai hubungan dengan seorang perempuan yang sudah dijatuhi talak oleh suaminya, tetapi belum resmi diceraikan. Setelah beberapa waktu dia hamil. Sura, bekas suaminya merasa sangat terhina. Beberapa hari kemudian, dia berhasil membunuh Hassan dan dengan itu dia merasa telah mempertahankan kehormatan diri dan martabatnya sebagai lelaki: "Lebih baik putih mata daripada putih tulang".

Referensi

Bousma, E. T. (1989). Kekerasan di Masyarakat. Dalam Huub de Jonge (Ed.). *Agama, Kebudayaan, dan Ekonomi: Studi-studi Interdisipliner Masyarakat Madura*. Jakarta: Rajawali.

Goode, W. J. (1991). *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Radar Jaya Offset.

Hetherington, E. M. (2003). *Social Support and The Adjustment of Children in Divorced and Remarried Families. SAGE Publications*. Vol 10 (2): 217-236.

Olson, D. H. L. & DeFrain, J. D. (2006). *Marriages and Families: Intimacy, Diversity, and Strengths.* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.

Papalia, D. E., Stern, H. L., Feldman, R. D., & Camp, C. J. (2007). *Adult Development and Aging*. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Companies.

Rozaki, A. (2004). *Menabur Kharisma Menuai Kuasa: Kiprah Kiai dan Blater Sebagai Rezim Kembar di Madura*. Yogyakarta: Pustaka Marwa.

Williams, B. K; Sawyer, S. C; & Wahlstrom, C. M. (2006). *Intimate Relationships: A Practical Introduction*. Boston: Pearson.

Wiyata, A. L. (2006). *Carok: Konflik kekerasan dan harga diri orang Madura*. Yogyakarta: LKiS.

INTERAKSI NILAI BUDAYA DAN RELIGIUSITAS ISLAM TERHADAP KEBAHAGIAAN PASANGAN ETNIS MADURA

Oleh:
Netty Herawati

Nilai budaya pada masyarakat etnis Madura lebih kuat memengaruhi sikap dan perilaku mereka dibandingkan dengan religiusitas Islam. Oleh karena itu, dalam hubungannya dengan kebahagiaan perkawinan, maka nilai-nilai budaya perkawinan berkorelasi searah karena kebahagiaan perkawinan pasangan menyangkut hubungan dengan sesama. Sedangkan religiusitas Islam yang penekanannya dipahami sebagai ritual ibadah dan akidah merupakan variabel yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya (N. H).

***

Sebagaimana Undang-Undang No. 1 Tahun 1974 Pasal 1 bahwa perkawinan adalah ikatan lahir-batin antara seorang pria dan seorang wanita sebagai suami istri dengan tujuan membentuk keluarga atau rumah tangga yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Perkawinan yang bahagia adalah harapan bagi setiap pasangan. Perkawinan yang bahagia merupakan awal terbentuknya keluarga bahagia. Keluarga yang bahagia dapat melahirkan generasi yang berkualitas, dan sehat secara fisik maupun psikologis, yang merupakan investasi bagi terbentuknya negara yang kuat dan tangguh.

Kebahagiaan dalam perkawinan menjadi harapan setiap pasangan. Banyaknya permasalahan yang dihadapi dalam rumah tangga

menjadikan tidak semua pasangan bahagia dengan perkawinannya, tidak jarang perkawinan hanya sebagai formalitas saja di lingkungan masyarakat, bahkan tidak sedikit perkawinan harus berakhir dengan perceraian. Pusat Penelitian dan Pengembangan (Puslitbang) Kehidupan Keagamaan Kementerian Agama (Kemenag) menyebutkan, angka perceraian di Indonesia lima tahun terakhir terus meningkat. Pada 2010-2014, dari sekitar 2 juta pasangan menikah, 15 persen di antaranya bercerai. Angka perceraian yang diputus Pengadilan Tinggi Agama seluruh Indonesia tahun 2014 mencapai 382.231, naik sekitar 100.000 kasus dibandingkan dengan pada 2010 sebanyak 251.208 kasus (Kompas.com).

Perceraian sejatinya tidak diinginkan oleh pasangan yang menikah. Setiap orang yang menikah tentu ingin mewujudkan kebahagiaan dalam perkawinannya. Meskipun untuk mewujudkannya tidak mudah dan melalui proses yang harus diperjuangkan dan dilalui bersama pasangan. Kebahagiaan bagi setiap orang bisa saja berbeda dalam memaknainya. Ada yang mungkin merasa bahagia dengan perkawinannya ketika sudah mencapai kemapanan ekonomi, ada yang karena mempunyai keturunan, ada yang bahagia ketika dalam perkawinannya tidak ada konflik yang sampai mengarah pada perceraian.

Banyak aturan dan nilai yang digunakan pasangan untuk mencapai kebahagiaan itu, karena mewujudkannya membutuhkan pedoman sebagai acuan yang berupa nilai-nilai, baik dari budaya maupun religiusitas. Madura merupakan daerah mayoritas muslim, sehingga nilai-nilai religiusitas Islam yang banyak digunakan untuk mengatur kehidupan keseharian termasuk didalamnya perkawinan. Nilai-nilai tersebut membentuk persepsi, sikap dan perilaku yang terinternalisasi dalam nilai-nilai moral dalam kehidupan bersama. Di sisi lain, nilai-nilai budaya Madura memiliki kekhasan yang berbeda dengan budaya lainnya dalam sisi etnisitasnya, hal ini nampak dalam falsafah hidupnya yang hingga kini tetap dilestarikan, namun masyarakat luar memandang dengan stereotip negatif.

Rifai (2007) dalam tulisannya menyampaikan bahwa citra suku bangsa Madura masa kini yaitu, orang Madura sangat berpegang teguh pada adat istiadatnya serta taat pada agama Islam yang dianut secara fanatik. Orang Madura juga bersifat pemberani dan sangat

menjunjung harga diri, sehingga memilih lebih baik mati berkalang tanah daripada hidup menanggung malu, harus bekerja keras demi tercapainya kesejahteraan dan kebahagiaan.

Markman (2010) mengatakan bahwa perkawinan yang tidak bahagia dapat dicegah. Ada banyak cara yang bisa dilakukan yaitu dengan membangun hubungan yang baik, sehingga tercapai tujuan perkawinan, perkawinan yang kekal, perkawinan yang bahagia, dan perkawinan yang sehat. Stinnet, et al (1984) sebelumnya menduga keterkaitan antara kebahagiaan perkawinan dengan agama disebabkan oleh nilai-nilai yang dipelajari dan menjadi prinsip utama agama, yaitu sifat sabar, pemaaf, cinta, penghargaan dan kesetiaan. Booth, et al (1995) mengemukakan bahwa religiusitas seseorang berpengaruh terhadap kebahagiaan perkawinannya. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kebahagiaan perkawinan pasangan etnis Madura adalah religiusitas (Herawati, 2015).

Menurut Fincham et al (2000), kebahagiaan perkawinan tidak sesederhana digambarkan dengan ketiadaan ketidakbahagiaan selama keberlangsungan perkawinan, kebahagiaan perkawinan memiliki makna yang lebih luas dan motivasi yang dalam untuk menjalin hubungan, hal tersebut merupakan stimulasi terhadap komitmen dalam perkawinan. Fincham juga mengemukakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kebahagiaan perkawinan pasangan difokuskan pada *microcontex* dan *macrocontex*. Yang termasuk dalam *microcontex*, yaitu kehadiran anak, stres dan transisi dalam kehidupan sedangkan *macrocontex*, yaitu faktor ekonomi, dan faktor pasangan.

Fu, Tora & Kendall (2001) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa budaya yang sama memiliki peranan penting dalam kebahagiaan perkawinan, dengan adat istiadat yang sama dalam perkawinan secara umum akan lebih berhasil, dimana keberhasilan perkawinan diukur dari kepuasan perkawinan. Pendapat ini sejalan dengan Diener (2008) yang mengemukakan bahwa kebahagiaan dalam perkawinan di samping dipengaruhi oleh faktor budaya, juga dipengaruhi oleh tipe kepribadian pasangan. Kondisi budaya yang berbeda menghasilkan kebahagiaan yang berbeda pula. Sejalan pula dengan Sharma & Malhotra (2010) yang mengemukakan di samping kepribadian, faktor-faktor sosial merupakan salah satu determinan penting dari kebahagiaan. Faktor-faktor sosial seperti dukungan

sosial, kontrol individu dan agama juga menentukan kebahagiaan individu dalam perkawinannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian dibatasi pada faktor nilai budaya dan religiusitas Islam yang pengaruhnya akan diamati terhadap kebahagiaan perkawinan etnis Madura yang tinggal di Madura.

Kebahagiaan perkawinan adalah kesejahteraan kehidupan perkawinan secara keseluruhan yang meliputi kesenangan lahiriah dan ketenteraman batiniah. Pemahaman kebahagiaan perkawinan meliputi kebahagiaan lahiriah sesuai dengan kajian teori *Subjective Well Being* (Diener, 1989), dan kebahagiaan batiniah sesuai dengan kajian teori *Psychological Well Being* (Ryff, 1995). Kebahagiaan perkawinan dapat direpresentasikan melalui perilaku kepuasan dalam kehidupan perkawinan dan afeksi positif dan negatif, menerima jati dirinya, menjalin relasi sosial yang positif, memiliki kebebasan bertindak (otonomi), menguasai lingkungan, mengembangkan potensi yang dimiliki dan memiliki tujuan hidup perkawinan. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kebahagiaan perkawinan pada pasangan etnis Madura adalah: (1) pendapatan (2) karakter pasangan (3) religiusitas (4) kehadiran anak dan (5) komitmen perkawinan (Herawati, 2015).

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling random. Dengan kriteria sampel adalah subjek pasangan yang memiliki pernikahan antara 13- 25 tahun. Strong dan De Vault (Herawati, 2015) mengemukakan bahwa masa tersebut termasuk dalam periode pertengahan tahun pernikahan, yang pada periode ini pasangan lebih memfokuskan pada kebahagiaan dan kesejahteraan pasangan. Sebanyak sampel 600 orang. Menurut Sugiyono (2012) teknik pengambilan sampel digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diperiksa atau sumber data sangat luas.

SEM *(Structural Equation Modeling)* dipilih sebagai teknik analisis data. SEM memiliki keuntungan yang lebih baik karena dapat mengukur pengaruh antara variabel laten serta hubungan antara variabel; dan SEM menyelesaikan dua masalah dasar yang harus dihadapi dalam penelitian, yaitu: 1) hubungan kausal antara variabel dalam

penelitian yang seringkali berbentuk rumit, penuh dengan variabel mediasi dan sering juga mengandung variabel moderasi; 2) Pengukuran validitas dan reliabilitas dari variabel dalam penelitian ini tidak dapat dilakukan secara langsung tetapi melalui indikator. (Wijayanto, 2008). Menurut Vuchinich (1992) SEM menyediakan format yang memungkinkan pengukuran tepat dengan banyak indikator.

Interaksi Antara Nilai Budaya Perkawinan, dan Religiusitas Islam terhadap Kebahagiaan Perkawinan Pasangan Etnis Madura

Interaksi antara nilai budaya perkawinan, dan religiusitas Islam terhadap kebahagiaan perkawinan pasangan etnis Madura menunjukkan bahwa korelasi nilai budaya perkawinan secara langsung terhadap kebahagiaan perkawinan pasangan menunjukkan korelasi positif dan signifikan, dengan koefisien korelasi sebesar 0.19 dan t-value 2.33. Hal ini berarti bahwa peningkatan pada nilai budaya perkawinan seiring dengan peningkatan pada kebahagiaan perkawinan pasangan, sedangkan korelasi nilai budaya perkawinan melalui mediating religiusitas Islam terhadap kebahagiaan perkawinan pasangan menunjukkan korelasi positif dan signifikan, dengan koefisien korelasi sebesar 0.6 dan t-value 8.0, yang berarti bahwa peningkatan pada hubungan antara nilai budaya perkawinan dan kebahagiaan perkawinan pasangan menunjukkan peningkatan pada tingkat religiusitas.

Religiusitas dalam penelitian ini diukur menggunakan lima dimensi yaitu; akidah, ibadah, akhlaq, ihsan dan pengetahuan agama. Mencermati muatan faktor masing-masing dimensi, terlihat bahwa terdapat dua dimensi menunjukkan muatan faktor yang tinggi, yaitu dimensi akidah dan ibadah. Bahkan dimensi ibadah adalah dimensi dengan muatan faktor paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya, yaitu 0.9.

Dimensi Akidah mengungkap hubungan manusia dengan keyakinannya terhadap rukun iman (iman kepada Allah, malaikat, kitab suci, Nabi, hari pembalasan, serta qadha dan qadar). Inti dimensi akidah dalam ajaran Islam adalah tauhid. Menurut al-Faruqi (1988), esensi Islam adalah tauhid atau pengesaan Tuhan, tindakan yang menegaskan Allah *Azza wa jalla* sebagai Yang Maha Esa, Pencipta yang Mutlak dan Transenden, Penguasa segala yang ada.

Dimensi Ibadah berhubungan dengan sejauh mana tingkat kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang diperintahkan oleh agamanya (Glock & Stark, 1988; Ancok & Suroso, 2008). Dimensi ibadah (ritual) berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan pelaksanaan ibadah seseorang. Termasuk dalam dimensi ini adalah shalat, puasa, zakat, ibadah haji, membaca al-Qur'an, doa, dan dzikir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa religiusitas Islam pada masyarakat etnis Madura lebih ditekankan pada faktor ibadah sebagai ritual keagamaan, termasuk di dalamnya rukun Islam yaitu sholat, puasa, zakat, dan haji. Kemudian didukung dengan akidah sebagai pengesaan kepada Tuhan melalui rukun Iman yaitu iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada kitab, iman kepada rasul, iman kepada taqdir dan iman kepada hari kiamat.

Tiga dimensi lainnya; akhlaq, ihsan dan pengetahuan menunjukkan nilai muatan faktor masing-masing 0.52; 0.51; dan 0.41. Dimensi akhlaq (Pengamalan) menurut Ancok dan Suroso (2008), menyangkut hubungan manusia satu dengan manusia yang lain dan hubungan manusia dengan lingkungan alamnya. Dalam religiusitas Islam, manifestasi dimensi akhlaq ini meliputi memperjuangkan kebenaran dan keadilan, menolong sesama, disiplin dan menghargai waktu, bersungguh-sungguh dalam belajar dan bekerja, bertanggung jawab, dapat dipercaya, menghindari zina, tidak menerima suap dan menyuap, tidak berjudi, tidak meminum minuman haram, berkata benar, tidak sewenang-wenang, tidak mencuri, tidak menipu, tidak boros, menjaga dan memelihara lingkungan, berusaha meningkatkan kualitas diri sendiri maupun orang lain, menghargai orang lain, tidak melecehkan orang lain, mencari rizki dengan cara yang halal, menjunjung tinggi etika Islam dalam seluruh aspek kehidupan, demokratis, membela yang tertindas, dan sebagainya (Ancok dan Suroso, 1995).

Dimensi Ihsan (Penghayatan) berhubungan dengan seberapa jauh seseorang merasa dekat dan dilihat oleh Tuhan dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi ihsan mencakup pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan dalam kehidupan, ketenangan hidup, takut melanggar larangan Tuhan, keyakinan menerima balasan, perasaan dekat dengan Tuhan, dan dorongan untuk melaksanakan perintah

agama. Dalam religiusitas Islam, dimensi ihsan mencakup perasaan dekat dengan Allah, perasaan nikmat dalam melaksanakan ibadah, pernah merasa diselamatkan oleh Allah, perasaan doa-doa didengar Allah, tersentuh mendengar asma-asma Allah (misalnya suara adzan dan alunan ayat suci al-Qur'an), dan perasaan syukur atas nikmat yang dikaruniakan Allah *Azza wa jalla* dalam kehidupan mereka.

Dimensi Ilmu (pengetahuan) berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya. Menurut Glock dan Stark (1988) serta Ancok dan Suroso (2008), orang-orang yang beragama paling tidak harus mengetahui hal-hal yang pokok mengenai dasar-dasar keyakinan (akidah), ritus-ritus (ibadah), dan perilaku sehari-hari (akhlak). Al-Qur'an merupakan pedoman hidup yang berisi masalah akidah, ibadah, dan akhlak. Al-Hadits sebagai penjelasan atas isi al-Qur'an. Oleh karena itu, dimensi ilmu (pengetahuan) dalam penelitian ini meliputi tiga bidang, yaitu akidah, ibadah, dan akhlaq. Ketiganya didasarkan pada al-Qur'an dan al-Hadits.

Muatan faktor tiga dimensi, akhlaq, ihsan dan pengetahuan menunjukkan nilai muatan faktor yang hampir sama, bahkan dimensi pengetahuan memiliki muatan faktor paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa posisi ketiga dimensi tersebut dapat dikatakan cenderung kurang dibandingkan dengan dua dimensi lainnya yaitu akidah dan ibadah. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa religiusitas bagi masyarakat etnis Madura memunyai porsi yang lebih besar pada dimensi akidah dan ibadah, kedua dimensi ini merupakan dimensi yang berhubungan langsung dengan keimanan dan keislaman yaitu rukun iman dan rukun Islam. Baik rukun Iman maupun rukun Islam, keduanya berhubungan dengan ketuhanan, sedangkan tiga dimensi lainnya; akhlaq, ihsan dan pengetahuan berhubungan dengan sesama. Akhlaq berhubungan dengan pengamalan religiusitas melalui perilaku dengan sesama. Ihsan berhubungan dengan pengalaman religiusitas, sedangkan pengetahuan berhubungan dengan pemahaman terhadap religiusitas. Bagi masyarakat etnis Madura dalam hubungan dengan sesama, nilai-nilai budaya masyarakat etnis Madura lebih kuat dalam mengatur sikap dan perilaku mereka dalam berhubungan dengan orang lain.

Hal ini sebagaimana dinyatakan oleh Rifai (2007) dalam tulisannya menyampaikan bahwa citra suku bangsa Madura masa kini, yaitu orang Madura sangat berpegang teguh pada adat istiadatnya serta taat pada agama Islam yang dianut secara fanatik. Meskipun orang Madura terkenal menganut agama Islam secara fanatik, namun dalam realita kehidupan, mereka juga masih mempercayai dukun, datang kepada dukun walaupun hanya sekedar bertanya tentang hal-hal seperti jodoh, berobat, hari baik dalam perkawinan, kecocokan dengan pasangannya atau persoalan lainnya. Bahkan adat istiadat yang jauh dari nilai-nilai Islam juga masih dilestarikan, seperti *rokat tase'* atau larung laut yang dilakukan setiap tahun agar hasil panen laut nelayan melimpah dan selamat, yang kemudian hal ini menjadi budaya. Dapat dikatakan bahwa menganut agama Islam secara fanatik dalam arti ibadah ritual yang mereka kerjakan tidak disertai dengan pengetahuan yang memadai, sehingga mereka masih memegang nilai-nilai budayanya sebagai bentuk ketidakpahaman secara mendalam terhadap makna religiusitas Islam. Dengan demikian dapat dikatakan pula bahwa nilai budaya pada masyarakat etnis Madura lebih kuat memengaruhi sikap dan perilaku mereka dibandingkan dengan religiusitas Islam. Oleh karena itu, dalam hubungannya dengan kebahagiaan perkawinan, maka nilai-nilai budaya perkawinan berkorelasi searah karena kebahagiaan perkawinan pasangan menyangkut hubungan dengan sesama. Sedangkan religiusitas Islam yang penekanannya dipahami sebagai ritual ibadah dan akidah merupakan variabel yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya.

Nilai-nilai budaya maupun religiusitas Islam telah dipelajari sejak kecil. Nilai-nilai budaya mengajarkan suatu nilai moral yang menuntun seseorang untuk berperilaku, menentukan mana yang baik atau tidak untuk dilakukan. Demikian pula dalam religiusitas yang diajarkan oleh orang tua kepada anaknya sejak kecil. Religiusitas Islam dipelajari melalui ritual ibadah. Ritual ibadah sholat, berpuasa, berzakat diajarkan orang tua sejak kecil tanpa diberikan pemahaman, apa makna dari mereka melakukan ibadah tersebut. Oleh karena itu, anak hanya mencontoh apa yang dicontohkan oleh orang tua. Brown, 1965 (dalam Loewenthal, 2008) mengemukakan bahwa moral dan perilaku, pikiran dan perasaan dipelajari melalui proses belajar yang berbeda. Pembelajaran ini dimulai sejak masa kanak-kanak. Bandura

(dalam Santrock, 1995) dengan teorinya *sosial learning* mengemukakan bahwa anak belajar berperilaku karena ada contoh dari lingkungannya. Perilaku anak dibentuk oleh lingkungannya. Lingkungan terdiri dari lingkungan rumah dan lingkungan sosial. Bandura yakin, kita belajar dengan mengamati apa yang dilakukan oleh orang lain. Melalui belajar mengamati, maka secara kognitif kita akan menampilkan perilaku orang lain ini dan mengadopsi perilaku ini kedalam diri kita sendiri (Santrock, 1995). Seiring dengan anak belajar dari lingkungannya, ia juga mengembangkan nilai-nilai moral melalui perilaku yang diajarkan orangtuanya. Nilai moral dan religiusitas dipelajari bersama-sama. Nilai moral maupun religiusitas terinternalisasi kedalam diri dalam kapasitas yang berbeda.

Nilai moral dalam sudut pandang psikologi tidak bisa dipisahkan dari teori yang mendasarinya, sebab masing-masing teori mendefinisikan secara berbeda. Terdapat tiga teori perkembangan yang membahas tentang nilai moral (moralitas), yaitu teori tingkah laku (Skinner), perkembangan kognitif (Piaget, Kohlberg) dan psikoanalisis (Freud), mempunyai pemaknaan yang berbeda tentang moralitas (Turiel, dalam Setiono, 2009). Freud mengemukakan konsep tentang kata hati, yang didefinisikan sebagai internalisasi norma sosial. Moralitas yang didefinisikan oleh Skinner merupakan tingkah laku yang telah diberi penguatan, baik positif maupun negatif dengan judgment nilai yang terkait dengan norma kultural. Dalam teori Piaget, pengetahuan dan penilaian tentang relasi sosial merupakan suatu yang sentral dalam moralitas.

Berbicara tentang nilai budaya perkawinan etnis Madura, maka terdapat tiga nilai yang terkandung di dalamnya, yaitu; (1) *mara langka' kalaban polo'na* (2) *ejhuma' esaba'* (3) *mara konye' bhareng kapor*. Ketiga dimensi nilai budaya perkawinan ini memiliki makna (1) keserasian dan keharmonisan (2) saling tergantung dan kebersamaan (3) kesetiaan dan rukun. Berdasarkan makna tersebut, dapat dikatakan bahwa orang Madura pada dasarnya sangat memperhatikan nilai-nilai dalam relasi sosial. Oleh karena itu nilai pribadinya ditentukan oleh nilai sosial. Nilai-nilai ini telah ditanamkan oleh orang tua mulai sejak kecil, sehingga terinternalisasi ke dalam diri. Secara tidak langsung, nilai-nilai ini dikontrol oleh lingkungan sosial. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penilaian sosial menjadi sangat penting bagi

masyarakat etnis Madura. Nilai-nilai ini mendapat penguatan dari lingkungan sosial. Perilaku ini sesuai dengan teori tingkah laku (Skinner) dan perkembangan kognitif (Piaget, Kohlberg). Baik Skinner, Piaget maupun Kohlberg lebih menekankan pada penguatan perilaku dalam hubungannya dengan relasi sosial yang terkait dengan norma kultural. Dalam behaviorisme Skinner, pikiran, sadar atau tidak sadar tidak diperlukan untuk menjelaskan perilaku. (Santrock, 1995). Hadiah dan hukuman dalam lingkungan sosial membentuk perilaku. Oleh karena itu, nilai-nilai budaya perkawinan merupakan hasil interaksi yang diperoleh dari keluarga, dan lingkungan sosial. Maka pasangan etnis Madura belajar nilai-nilai budaya perkawinan melalui cara-cara tersebut. Nilai budaya lebih kuat memengaruhi perilaku karena mendapat penguatan dari lingkungan sosial, sebagaimana karakteristik masyarakat Madura yang lebih mementingkan penilaian sosial.

Sedangkan Piaget mendasari teori perkembangan penalaran moral Kohlberg. Menurut Kohlberg (dalam Loewenthal, 2008) dengan teorinya perkembangan penalaran moral, terdiri dari enam tahap. Setiap level terdiri dari dua tahapan; yaitu *preconventional, conventional dan post conventional*. Teori Kohlberg banyak digunakan dalam penelitian-penelitian lintas budaya diberbagai Negara. Oleh karena itu teori ini juga digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian ini. Konsep Kohlberg tentang perkembangan penalaran moral, yaitu terjadinya penyelesaian konflik moral kognitif dalam diri individu. Konflik moral kognitif akan terjadi, bila dalam interaksinya dengan orang lain, individu mengalami kesempatan alih peran dan memeroleh umpan balik dalam bentuk penalaran yang satu tahap lebih tinggi dari struktur penalarannya sendiri. Hasilnya adalah, individu tersebut akan merevisi penalaran yang semula dipakainya. Apabila individu berhasil menyelesaikan konflik moral kognitif, tahapan penalaran moralnya akan meningkat. Namun apabila individu tersebut tidak berhasil menyelesaikan konflik moral kognitif, tahap penalaran moralnya akan tetap (Setiono, 1980, 2009)

Oleh karena religiusitas Islam penekanannya lebih kepada akidah dan ibadah, maka internalisasi nilai-nilai religiusitas yang terdapat dalam dimensi akhlaq, ihsan dan pengetahuan tidak lebih kuat pengaruhnya terhadap perilaku, sedangkan nilai-nilai budaya yang

didalamnya mengandung muatan nilai moral seperti halnya nilai budaya perkawinan lebih mendominasi dan terinternalisasi ke dalam diri, sehingga lebih banyak memengaruhi individu dalam bersikap dan berperilaku.

Jadi seiring dengan perkembangan kognitif pada anak, perkembangan moralnya juga bertambah. Anak sedari kecil diajarkan beribadah sebagai bagian dari religiusitas disamping pelajaran akidah. Anak juga diajarkan tentang nilai-nilai moral dari budaya Madura yang harus mereka jaga dan dijadikan tuntunan dalam berperilaku. Sebagaimana filosofi-filosofi atau prinsip-prinsip hidup yang sampai saat ini tetap terjaga, sehingga prinsip-prinsip dalam kehidupan berbudaya masih terjaga sampai dewasa. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas dan budaya sama-sama memberikan pengaruh yang kuat terhadap kehidupan keseharian termasuk dalam kehidupan perkawinan.

Religiusitas menjadi bagian integral dari kepribadian seseorang yang akan mengawasi segala tindakan, perilaku dan perasaannya. Pada saat seseorang tertarik pada sesuatu yang tampaknya menyenangkan, maka keimanannya akan bertindak, menimbang dan meneliti apakah hal tersebut boleh atau tidak oleh agamanya. Apabila seseorang dihadapkan pada dilema, maka ia akan menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang berdasarkan pada pertimbangan agama. Namun pengaruh nilai budaya dari lingkungan, juga menjadikan pertimbangan dalam bersikap dan perilaku. Oleh karena itu, individu berada dimanapun dan dalam kondisi apapun akan tetap memegang prinsip-prinsip yang telah tertanam dalam dirinya, baik prinsip yang diperoleh melalui pembelajaran dari lingkungannya berupa nilai-nilai budaya maupun nilai-nilai religiusitas yang terinternalisasi dalam diri.

Demikian pula pada pasangan etnis Madura, ketika seseorang bersifat religius atau memiliki religiusitas Islam yang tinggi maka nilai-nilai budaya perkawinan Madura yang dipahaminya mengalami penurunan. Hal ini karena religiusitas Islam lebih kuat memengaruhi mereka, sehingga nilai-nilai budaya semakin ditinggalkan. Namun ketika pasangan etnis Madura lebih menjaga nilai-nilai budaya perkawinan sebagai aturan yang mengatur perilaku mereka dalam kehidupan perkawinan, maka kebahagiaan dalam perkawinan akan lebih mudah tercapai.

Konsep kebahagiaan perkawinan pasangan bagi pasangan etnis Madura adalah kesejahteraan kehidupan perkawinan secara keseluruhan yang meliputi kesenangan lahiriah dan ketenteraman batiniah, yang diukur berdasarkan penilaian pasangan terhadap kehidupan perkawinan secara keseluruhan dengan menggunakan skala kebahagiaan perkawinan pasangan, yang terdiri atas dimensi kepuasan perkawinan, afeksi positif negatif, penerimaan jati diri dan pasangan, relasi positif dengan pasangan, otonomi rumah tangga, penguasaan lingkungan, pengembangan diri dan tujuan perkawinan.

Bagi pasangan etnis Madura, ketika religiusitas Islam hanya dipahami sebagai hubungan antara mahluk dengan Tuhannya, dengan penekanan pada dua dimensi yaitu akidah dan ibadah, maka urusan yang berhubungan dengan sesama kurang mendapat perhatian. Oleh karena itu, peningkatan pada religiusitas Islam tidak disertai dengan peningkatan pada kebahagiaan perkawinan pasangan etnis Madura. Berdasarkan wawancara dengan tokoh kyai di Madura diperoleh informasi bahwa dalam religiusitas Islam, yang dalam hal ini adalah kedekatan dengan Tuhan mempunyai kebahagiaan tersendiri. Ketika seseorang melaksanakan ibadah secara khusyu' terdapat kenikmatan tersendiri dalam kekhusyukan tersebut yang hal itu merupakan suatu kebahagiaan berhubungan dengan Tuhannya. Oleh karena itu, apapun yang menjadi urusan dunia atau urusan dengan sesamanya menjadi terabaikan dari perhatian, termasuk didalamnya kebahagiaan perkawinan pasangan.

Sebagaimana pendapat Diener (2008), ia mengungkapkan bahwa kondisi budaya yang berbeda akan menghasilkan kebahagiaan perkawinan yang berbeda pula. Kebahagiaan perkawinan dipengaruhi oleh budaya setempat. Nilai-nilai budaya yang dianut membentuk sikap, dan perilaku individu. Demikian pula nilai-nilai budaya yang ada pada masyarakat Madura telah memengaruhi sikap dan perilakunya terhadap kehidupan perkawinan mereka.

Mitchell (2010) mendukung pernyataan Diener dengan mengemukakan bahwa kebahagiaan dalam perkawinan dipengaruhi oleh budaya dan tingkat keagamaan seseorang. Namun, aspek-aspek dinamika hubungan pasangan memunyai hubungan yang lebih kuat dengan kebahagiaan perkawinan, seperti frekwensi aktivitas

bersama dan kepuasan dengan tipe atau waktu pribadi. Sebelumnya Witter (Argyle, 2000) menyatakan bahwa kebahagiaan perkawinan dipengaruhi oleh agama. Fu, Tora & Kendall (2001) dalam hasil penelitiannya juga mengemukakan bahwa budaya yang sama memiliki peranan penting dalam kebahagiaan perkawinan, dengan adat istiadat yang sama dalam perkawinan secara umum akan lebih berhasil, dimana keberhasilan perkawinan diukur dari kepuasan perkawinan.

Referensi

Kasus Perceraian Meningkat 70 Persen Diajukan Istri http://health.kompas.com/read/2015/06/30/151500123/Kasus.Perceraian.Meningkat.70.Persen.Diajukan.Istri. Diakses tanggal 18 April 2016.

Diener, E., Diener, M & Diener, C (1995). *Factors Predicting in Subjective Wellbeing of Nations. Journal of Personality and Social P sychology. Vol.69. no.5, 851-864*

Diener, Ed., Lucas, R.E., & Oishi, S. (2005). *Subjective well being: The Science of Happiness and Life Satisfaction. In Snyder & Lopes (Eds). Handbook of Positive Psychology*. NY : Oxford University Press.

Diener, M.L & Mc Gavran, M.B.D. (2008) *What Makes People Happy? A Developmental Approach to The Literature of Family Relationship and Well Being.* New York : The Guilford press

Fu, Xuanning., Tora, Jessica., Kendall, Heather. (2001). *Marital Happiness and Inter-Racial Marriage: A Study in a Multi Ethnic Community in Hawai. Journal of Comparative Family Studies; Winter 2001; 32, 1; ProQuest Sociology*

Herawati, N., Sumantri, S., Setiono, K., Siswadi, A.G.P. (2012). *Kebahagiaan Perkawinan: Sebuah Studi Etnis Masyarakat Madura. Proceeding Asian Psychologycal Association. (APsyA), Jakarta-Universitas Tarumanegara, 5-7 juli 2012*

Herawati, N., Sumantri, S., Setiono, K., Siswadi, A.G.P. (2012). *Kebahagiaan Perkawinan: Sebuah Studi Empiris Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebahagiaan Perkawinan pada Masyarakat Madura. Proceeding Southeast Asia Psychology Conference. Universitas Malaysia Sabah, 26-28 September 2012*

Herawati, N. (2015). *Model Kebahagiaan Pasangan Berdasarkan Pengaruh Nilai Budaya Perkawinan, Religiusitas, dan Komitmen Perkawinan pada etnis Madura.* Disertasi. Universitas Padjajaran Bandung

Keyes, C. L. Dov, S. & Ryff, C.D. (2002). *Optimizing Well Being: The Empirical Encounter of Two Traditions. Journal of Personality and Social Psychology, 82, 6: 1007-1022.*

Lyubomirsky, S. (2008) *The How of Happiness: a Scientific Approach to Getting The Life You Want*. New York: The Pinguin Press.

Mitchell, Barbara A.(2010). *Midlife Marital Happiness and Ethnic Culture: A Life Course Perspective. Journal of Comparative Family Studies; Winter 2010; 41, 1; Proquest Sociology. pg.167*.

Mubarok, Achmad. (2005). *Psikologi Keluarga*. Cetakan 6. Jakarta : Bina Rena Pariwara.

Rifai, Mien A. (2007). *Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan, dan Pandangan Hidupnya seperti Dicitrakan Peribahasanya*. Yogyakarta: Nuansa Aksara.

Ryan, Richard M. and Deci, Edward L. (2001). *On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well Being. Annual Review Psychology. 52:* 141-166.

Ryan, Richard M. and Deci, Edward L. (2008). *Facilitating Optimal Motivation and Psychological Well Being Across Life's Dominans. Canadian Psychological Association, 49, 1: 14-23*. doi: 10.1037/0708-5591.49.1.14

Ryff, C. D. (1989). *Happiness is Everything, or is it? Exploration on The Meaning of Psychological Well Being. Journal of Personality and Social Psychology. 57, 6: 1069-1081*

Ryff, C. D., & Keyes, C. L. (1995). *The Structure of Psychological Well Being. Journal of Personality and Social Psychology. 69, 4: 719-727*

Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, CV.

MITOS DAN TANTANGAN DALAM PERKEMBANGAN KB VASEKTOMI DI MADURA

Oleh:
Bani Eka Dartiningsih

Vasektomi merupakan upaya untuk menghentikan fertilitas. Metodenya menggunakan operasi kecil dan hanya berlangsung sebentar. Vasektomi ini tidak mempengaruhi hormon pria. Tidak berpengaruh juga terhadap gairah dan kemampuan seksual. Kebanyakan laki-laki tidak mau melakukan vasektomi karena tidak bisa memiliki anak lagi karena saluran sperma disumbat, kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang agama, serta ketakutan kalau dikatakan tidak perkasa lagi. Akibatnya, sang perempuan atau istri yang disuruh ber-KB. Pengetahuan sangat diperlukan sebelum menjalani vasektomi. Begitu juga mengenai efek samping, keuntungan dan kerugian serta perawatan pasca vasektomi. Perlu diketahui, vasektomi merupakan sterilisasi pada pria melalui salah satu metode kontrasepsi yang aman dan tidak ada efek sampingnya. Metode ini sangat ampuh, efisien, dan tidak berbahaya, serta tidak berpengaruh terhadap kemampuan maupun kepuasan seksual. Vasektomi umumnya dapat dilakukan bagi pria yang sudah tidak ingin mempunyai anak lagi, dengan memotong saluran sperma yang menghubungkan buah zakar dengan kantong sperma, sehingga tidak dijumpai lagi bibit dalam ejakulat seorang pria (B. E. D).

***

Kepulauan Madura terletak di ujung Timur Provinsi Jawa Timur yang dipisahkan oleh selat Madura. Adapun selat tersebut sebagai

pemisah secara geografis dan secara sosiologis merupakan salah satu penyebab perbedaan orang Madura dengan orang Jawa, seperti perbedaan bahasa, adat istiadat dan budaya. Karakter sosial dan watak orang Madura dalam memegang teguh adat istiadat dan tradisi setempat memiliki perbedaan dibandingkan dengan orang Jawa pada umumnya. Masyarakat Madura, diketahui selain dikenal sebagai masyarakat yang taat dan patuh terhadap ajaran agama Islam juga berpegang teguh terhadap tradisi dan adat istiadat.

Masyarakat Madura dikenal memiliki budaya yang khas, unik, stereotipikal, dan stigmatik. Identitas budayanya itu dianggap sebagai deskripsi dari generalisasi jati diri individual maupun komunal etnik Madura dalam berperilaku dan berkehidupan. Kehidupan mereka di tempat asal maupun di perantauan kerapkali membawa dan senantiasa dipahami oleh komunitas etnik lain atas dasar identitas kolektifnya.

Masyarakat Madura mempunyai corak budaya yang beragam. Ada dua jenis lapangan pekerjaan dominan yang mempengaruhi cara berpikir dan bertingkah laku orang Madura, yaitu budaya nelayan dan budaya petani. Kedua jenis lapangan pekerjaan itu yang mempengaruhi watak dan etos budaya orang Madura yang bertemperamen keras dan suka bersaing. Seperti sektor nelayan jelas bahwa dunia yang mereka hadapi samudra yang luas, sehingga untuk menaklukkannya dalam mencari hasil laut harus dengan perjuangan yang keras pula. Begitu juga dalam bidang pertanian, untuk mendapatkan hasil juga harus bekerja keras karena tanah di sana pada umumnya berupa batu kapur.

Madura merupakan etnik dengan populasi terbesar di Indonesia, jumlahnya sekitar 7.179.365 juta jiwa (sensus 2010). Beberapa alasan mengapa KB sangat penting di Madura di antaranya adalah: masih tingginya laju pertumbuhan dan jumlah penduduk Madura, masih kurang maksimalnya akses dan kualitas pelayanan KB, rendahnya partisipasi pria dalam ber-KB, kurangnya pengetahuan dan kesadaran pasangan usia subur tentang hak-hak reproduksi dan kesehatan reproduksi, masih lemahnya ekonomi dan ketahanan keluarga, dan masih tingginya tingkat kelahiran penduduk**.**

Pelaksanaan Program KB Vasektomi tidak mencapai target. Pasalnya masyarakat Madura masih bersikap apatis dan tidak mau ber-KB, karena bagi laki-laki KB adalah urusan perempuan. Madura dikenal sebagai masyarakat yang patriarki, dimana perempuan pada umumnya tidak memiliki posisi yang signifikan, hal ini dapat dilihat dengan lemahnya posisi tawar perempuan Madura terhadap laki-laki. Selama ini yang terjadi di masyarakat Madura adalah memasang alat kontrasepsi atau ber-KB cenderung diserahkan kepada istri, padahal suami juga harus berpartisipasi, seperti dengan melakukan metode operasi pria (MOP), bisa juga KB dengan menggunakan kondom. Guna memasyarakatkan kaum pria agar sadar pentingnya ber-KB, maka pihak BPPKB terus melakukan sosialisasi dan melakukan MOP gratis.

Mitos KB Pria di Madura

Berdasarkan hasil dari Konferensi Internasional tentang Kependudukan dan Pembangunan (ICPD) di Kairo pada tahun 1994, program KB mengalami perubahan paradigma yaitu dari pendekatan pengendalian populasi menjadi pendekatan kesehatan reproduksi dengan memperhatikan hak reproduksi dan juga kesetaraan gender. Sejalan dengan perubahan ini program KB di Indonesia juga mengalami perubahan yang diperkuat dan ditetapkannya Undang-Undang No. 52. Tahun 2009 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga. Diamanatkan pada pasal 25 ayat 1 yaitu "*Suami dan/atau istri mempunyai kedudukan, hak, dan kewajiban yang sama dalam melaksanakan KB*".

Perubahan paradigma ini menuntut adanya perubahan program terutama dengan menjamin kualitas pelayanan keluarga berencana dan kesehatan reproduksi yang lebih baik dan keadilan gender melalui pemberdayaan perempuan serta peningkatan partisipasi pria. Dengan meningkatnya partisipasi pria dalam ber-KB dan terwujudnya keadilan dan kesetaraan gender, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengendalian pertumbuhan penduduk dan penanganan masalah kesehatan reproduksi, serta meningkatkan status kesehatan perempuan dan akhirnya berdampak terhadap penurunan angka kematian ibu, bayi dan anak.

Upaya peningkatan partisipasi pria dalam ber-KB yang selama ini diukur dengan tingkat kesertaan KB Pria melalui penggunaan alat kontrasepsi Kondom dan Metode Operatif Pria (MOP). Hal yang mendasar di dalam pelaksanaan pengembangan program partisipasi pria guna mewujudkan keadilan dan kesetaraan gender adalah dalam bentuk perubahan kesadaran, sikap dan perilaku pria tentang KB. Sejak isu kesetaraan gender dalam ber-KB keras menggema pasca ICPD-1994 di Kairo. Di masa lalu, persoalan pengaturan kelahiran masih terfokus pada perempuan sehingga terkesan bahwa KB adalah urusan perempuan, sehingga istrilah yang harus ber-KB. Belakangan KB juga harus menjadi urusan laki-laki. Artinya, seorang suami sekarang ini tidak boleh tidak harus peduli KB, karena KB telah menjadi urusan bersama. Akan lebih utama bila sang suami mau berperan langsung melalui penggunaan alat/cara kontrasepsi kondom atau MOP atau dengan kata lain menjadi peserta KB.

Rendahnya angka partisipasi pria dalam ber-KB ini disebabkan oleh berbagai faktor. Dari beberapa studi yang dilakukan ternyata penyebab rendahnya partisipasi pria dalam ber-KB antara lain: (1) pilihan/jenis kontrasepsi pria terbatas; (2) sasaran KIE dan konseling lebih kepada perempuan; (3) belum optimalnya provider untuk memberikan pelayanan kontrasepsi pria; (4) faktor sosial budaya serta dukungan politis dan operasional yang masih terbatas yang menganggap KB dan kesehatan reproduksi serta kesehatan ibu dan anak adalah urusan perempuan; (5) pengetahuan dan kesadaran pria dalam pemakaian kontrasepsi masih rendah.

Di samping itu, persoalan keyakinan atau agama juga menambah deretan faktor berpengaruh lainnya. Pada tahun 1979, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyatakan tidak bisa menerima vasektomi sebagai alat kontrasepsi dan dilanjutkan pada tahun 2009 dengan mengeluarkan fatwa haram untuk vasektomi. Alasannya adalah vasektomi yang dilakukan dengan memotong saluran sperma ini dianggap sebagai pemandulan permanen dan sangat bertolak-belakang dengan hukum agama Islam. Akan tetapi pada Juli 2012, MUI kemudian mengeluarkan fatwa baru untuk vasektomi yaitu diperbolehkan *(mubah)*. Perubahan fatwa ini didasari oleh pembuktian bahwa vasektomi bukanlah pemandulan permanen karena bagi yang masih menginginkan anak,

dapat ditempuh upaya medis rekanalisasi, yaitu penyambungan kembali saluran sperma untuk memulihkan fungsi.

Vasektomi adalah fenomena medis kekinian yang cukup rumit, yang hanya dimengerti dengan baik oleh pihak-pihak yang ahli dalam bidangnya. Jikapun diketahui oleh pihak-pihak di luar ahlinya maka pastilah atas dasar informasi dari ahlinya. Dalam konteks vasektomi, pihak yang paling ahli dalam bidang ini adalah ahli urologi. Vasektomi adalah operasi kecil mengikat saluran sperma pria sehingga benih pria tidak mengalir ke dalam air mani pria. Dengan vasektomi, seorang pria tidak bisa lagi menghamili wanita karena saat ejakulasi, air mani pria tidak mengandung sel sperma.

Masyarakat membutuhkan pencerahan dan informasi bagaimana agama memberikan panduan dalam soal vasektomi. Hingga saat ini, sebagian besar masyarakat menganggap vasektomi diharamkan oleh agama. Fatwa keharaman vasektomi antara lain didasarkan pada alasan bahwa vasektomi dimaksudkan sebagai upaya pencegahan kehamilan secara permanen, dimana suami istri tidak berkeinginan lagi untuk memiliki anak.

Kepatuhan Masyarakat Madura terhadap Kyai

Fatwa vasektomi sedikit mengalami perubahan dalam *ijtima'* ulama Komisi Fatwa MUI se Indonesia ke IV tanggal 29 Juli 2012 di Cipasung, Tasikmalaya. Dalam *ijtima'* ulama yang ke IV ini diputuskan bahwa vasektomi tidak secara mutlak dan tidak halal secara mutlak. *Ijtima'* memutuskan bahwa vasektomi hukumnya haram kecuali keputusan ini berdasarkan alasan (1) bahwa vasektomi masih dianggap mengakibatkan kemandulan tetap, (2) pemotongan terhadap saluran spermatozoa merupakan *taghyiru khalqilla,* (3) upaya rekanalisasi tidak menjamin pulihnya tingkat kesuburan.

Banyak sekali anggapan dan kesan negatif terhadap program KB Vasektomi. Hal ini terjadi karena masih kuatnya pandangan tokoh masyarakat dan tokoh agama tentang pemakaian kontrasepsi laki-laki khususnya secara sosial budaya. Hal ini karena masyarakat masih menganggap tabu/kurang mendukung jika laki-laki menggunakan alat kontrasepsi. Selain itu, perilaku sebagian besar tokoh masyarakat dan suami yang belum bisa menerima KB bagi laki-laki terutama

vasektomi. Dengan menggunakan alasan bahwa agama tidak memperbolehkan.

Hal yang serupa disampaikan bahwa bila laki-laki menggunakan alat kontrasepsi dianggap tidak perkasa lagi, selain itu dalam hubungan seksual dianggap tidak kuat dan jika berselingkuh tidak ketahuan. Ada pula yang menganggap KB itu urusan ibu-ibu. Seperti yang dituturkan oleh sebagian ulama, bahwa kontrasepsi belum diprogramkan dan dianggap haram, kecuali bila terdesak misal anak sudah banyak dan tidak satu pun metode KB yang cocok.

Adanya pengambilan keputusan yang dilakukan pria Madura untuk ber-KB vasektomi merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji lebih mendalam, meskipun prosentasenya sangat sedikit. Peningkatan partisipasi laki-laki dalam KB adalah langkah yang tepat dalam upaya mendorong kesetaraan gender.

Madura dapat dikatakan identik dengan Islam. Islam pada masyarakat Madura dapat dikatakan telah mendarah daging yang berfungsi sebagai inti kebudayaan yang memuat ajaran moral dan etika pada masyarakat Madura. Islam mempengaruhi masyarakat dan budaya Madura dalam banyak hal. Salah satu bentuknya adalah rasa hormat yang tinggi kepada *kyae* (Kyai). Gelar Kyai hanya diberikan pada orang yang memiliki ilmu agama yang tinggi dan dianggap berjasa dalam dakwah. Mengaji merupakan hal kemampuan yang 'harus' dimiliki oleh orang Madura. Ungkapan *"Ngajhi reya bhanda akherat"* (mengaji sebagai modal akhirat) menempatkan guru ngaji/ agama dan institusi pondok pesantren menjadi tumpuan dalam mempelajari agama Islam.

Dari hasil pertemuan dengan Ahli Urologi Indonesia dan Fatwa MUI tersebut menjadi dukungan yang kuat dan sangat besar untuk meningkatkan kesertaan KB Pria. Salah satu komitmen dari pertemuan tersebut adalah dengan memberikan fatwa memperbolehkan Vasektomi dengan syarat untuk tujuan yang tidak menyalahi syari'at, tidak menimbulkan kemandulan permanen, ada jaminan dapat dilakukan rekanalisasi yang dapat mengembalikan fungsi reproduksi seperti semula, tidak menimbulkan bahaya (mudharat) bagi yang bersangkutan. Fatwa ini sangat menggembirakan. Dengan adanya fatwa MUI tersebut, pengguna metode kontrasepsi vasektomi bagi kaum pria sudah tak perlu ragu-ragu lagi.

BKKBN dalam mensosialisasikan program KB Vasektomi selalu menggandeng tokoh agama (kyai) dan tokoh masyarakat (*Blater*). Kekuasaan Kyai sebagai tokoh agama terlihat jelas pada ungkapan *"Bhuppa' Bhabbu' Ghuru' Rato"* menempatkan Kyai lebih tinggi dibandingkan pemerintah. Kyai menempati posisi sentral dalam bidang agama di Madura

Referensi

Bhasin, Kamla. (1996). *Menggunggat Patriarkhi: Pengantar tentang Persoalan Dominasi terhadap Kaum Perempuan,* Yogayakarta Bintang Kalyanamitra

Bourdieu, Pierre. (2010). *Dominasi Maskulin (terjemahan),* Jalasutra Pers, Yogyakarta

Dhofier, Zamakhsyari. (1982): *Tradisi Pesantren : Studi tentang Pandangan Hidup Hidup Kyai*, LP3ES: Jakarta

Fakih, Mansour. (2004), *Analisis Gender Dan Transformasi Sosial,* Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Megawangi, Ratna. (1999), *Membiarkan Berbeda: Sudut Pandang Baru Tentang Relasi Gender,* Bandung: Mizan Pustaka

Wiyata, A.L. (2006). *Carok, Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.

BKKBN, 2005. Keluarga Berencana, Kesehatan Reproduksi, Gender, dan Pembangunan Kependudukan, Jakarta.

MENAKAR 'KEJANTANAN' *BLATER*: SOSOK PENJAGA STABILITAS KEAMANAN DAN PEMBANGUNAN WILAYAH DI MADURA

Oleh:
Eko Kusumo

"Orang Madura dianggap kurang berbudi dan tidak formal dalam berbahasa dibandingkan dengan orang Jawa, namun mereka mempunyai keberanian untuk menyatakan pendapat, juga tentang kelebihannya. Gerak tubuhnya jelas terlihat bersamaan dengan nada bicaranya yang kuat, bahasanya kedengaran kasar tetapi penuh dengan ekspresi dan sejajar dengan personalitas diri secara keseluruhan (Van Gelde, 1899)."

***

Pulau Madura memiliki luas mencapai 5.304 km^2 dengan panjang sekitar 190 km dan jarak terlebarnya mencapai 40 km (Wiyata, 2002:29). Pulau ini terletak di bagian ujung timur Pulau Jawa, tepatnya di timur laut, serta memiliki empat kabupaten, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Meskipun sebagian besar konstruksi permukaan tanah di Madura didominasi oleh kapur, masyarakat Madura menjadikan bertani sebagai pekerjaan utama mereka disamping nelayan yang banyak dikerjakan oleh kaum laki-laki. Aktivitas bertani umumnya dilakukan di tegalan (ladang, pen) yang ditanami jagung dan singkong. Namun, beberapa lahan tersebut ada yang tidak diolah dan hanya digunakan untuk menggembala hewan ternak sapi dan kambing (Wiyata, 2002: 34). Gambaran kondisi wilayah yang demikian menjadikan beberapa pemuda di Madura

memilih bermigrasi ke kota lain untuk mendapatkan pekerjaan yang dianggap lebih layak daripada harus tinggal di Madura untuk menjadi petani atau nelayan.

Dalam mendefinisikan karakter orang Madura, De Jonge menegaskan bahwa mereka seringkali digambarkan dengan stereotipe kasar, tidak sopan, blak-blakan, kaku, dan *extrovert* (1995: 11). Kutipan yang ditulis oleh Van Gelde di atas merupakan salah satu bukti yang menguatkan pernyataan De Jonge. Stereotipe ini muncul sejak zaman kolonial dan ironisnya hingga kini sering dikomparasikan dengan etnis lain di Indonesia, khususnya dengan etnis Jawa (sebagai tetangganya), yang dianggap 'lebih halus'. Beberapa stereotipe negatif tersebut dijadikan standar pemahaman beberapa orang tetang konstruksi budaya Madura. Padahal, orang Madura juga dikenal sebagai pribadi yang berani, suka berpetualang, setia, loyal, tekun, hemat, ceria, antusias, dan humor (De Jonge, 1995: 14). Di sisi lain, keunikan intonasi dalam pengucapan Bahasa Indonesia juga menjadikan orang Madura mudah dikenali dalam pergaulan sosial yang lebih luas.

Berkaitan dengan hubungan antar anggota masyarakat, kehidupan sehari-hari masyarakat Madura diatur oleh tiga pilar kepatuhan yang hierarki, terdiri dari *bhuppa' bhabhu'* (orang tua), *ghuru* (guru yaitu ulama/kyai), dan *rato* (pemimpin dalam sebuah birokrasi) (Wiyata, 2013: 30-35). Ketiga figur tersebut menjadi standar kepatuhan yang memiliki kuasa dalam melanggengkan aturan hidup manusia. Orangtua (ayah dan ibu) harus senantiasa dihormati dan dipatuhi sebagai sosok yang telah melahirkan, mendidik, dan mengasuh hingga dewasa. Kemudian, kepatuhan juga ditujukan kepada kyai yang dianggap sebagai guru tertinggi yang memiliki keahlian dalam ilmu agama Islam dan dianggap sebagai sosok yang menjaga keutuhan umat. Sementara itu, posisi ketiga adalah para pemimpin pemerintahan yang berada dalam lingkaran birokrasi (kepala desa, camat, bupati, dsb.). Dari ketiga pilar kepatuhan tersebut, kyai menduduki posisi elit utama yang memiliki posisi sentral, tidak hanya menangani aspek-aspek keagamaan, melainkan juga dalam segala aspek kehidupan yang lain (Kosim, 2007: 162).

Peran kyai sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat Madura. Kyai dianggap sebagai pemandu dan tempat mengadu atas segala permasalahan hidup manusia sejak dilahirkan hingga meninggal.

Selain menangani urusan agama, kyai di Madura juga menangani urusan-urusan lain yang menyangkut tentang rizki, jodoh, pengobatan, pembangunan rumah, konflik sosial, karir, politik, dan berbagai masalah hidup manusia yang lain (Kosim, 2007: 162). Kehadiran kyai dalam setiap aspek kehidupan masyarakat semakin memperkuat posisinya yang dianggap sebagai berkah kehidupan. Dalam konteks ini, kyai diasosiasikan sebagai status yang dihormati dengan seperangkat peran yang dimainkannya dalam masyarakat (Susanto, 2007: 31).

Selain itu, kyai seringkali membangun komunikasi yang lebih intensif dengan seluruh lapisan masyarakat dalam perannya sebagai pemimpin informal (*informal leader*), tidak hanya dalam rangka menjaga keutuhan umat tetapi juga membantu menyelesaikan permasalahan umat. Seiring berjalannya waktu peran kyai di masa kini mulai memudar sejajar dengan pergeseran pola pikir masyarakat. Hal ini jauh berbeda dengan perannya di masa kolonial atau jauh sebelum itu yang berkaitan dengan posisi vitalnya di area pedesaan (Ziemek, 1986: 138). Pergeseran pola pikir masyarakat bisa saja diakibatkan adanya modernisasi (pembukaan Jembatan Suramadu yang menyediakan akses metropolis) dan pengaruh dari para TKI (Tenaga Kerja Indonesia) yang memiliki akses globalisasi di luar Madura, bahkan luar negeri, dan membawanya kembali ke Madura. Pengaruh tradisi dan kultur para imigran yang masuk ke Madura juga bisa saja menjadi pendorong perubahan pola pikir masyarakat setempat.

Dalam kenyataannya, selain kyai, masyarakat Madura juga mempercayakan permasalahan hidup mereka kepada *Blater*. Kedua elemen masyarakat tersebut merupakan pemimpin informal yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat. *Blater* disebut sebagai elit pedesaan yang memiliki *social origin* dan kultur yang berbeda dengan kelompok kyai. Bila kyai dibesarkan dalam kultur keagamaan (tradisi tahlilan), maka *Blater* dibesarkan dalam kultur jagoanisme yang dekat dengan ritus kekerasan (carok, pembunuhan, premanisme, perjudian dsb.) (Rozaki, 2004).

Secara umum, *Blater* dapat didefinisikan sebagai sosok yang kuat di desa karena dipandang mampu memberikan perlindungan keselamatan secara fisik kepada warga masyarakat (Rozaki, 2004: 9). Istilah

Blater sendiri banyak terdapat di area Madura Barat (Bangkalan dan Sampang) sedangkan di area Madura Timur (Pamekasan dan Sumenep), sosok *Blater* lebih dikenal dengan julukan bajingan. Meskipun sama-sama memilih jalur kekerasan dalam penyelesaian masalah, namun keduanya memiliki perbedaan. Potret bajingan lebih diasosiasikan dengan tokoh yang berkecimpung dalam permainan dunia hitam dan memiliki perangai yang kasar dan keras, sedangkan *Blater* sekalipun dekat dengan kultur kekerasan dan dunia hitam, namun perangai yang dibangun lebih lembut, halus, dan memiliki keadaban (Rozaki, 2012). Dalam ketiga pilar kepatuhan yang telah disebutkan di atas, *Blater* memang tidak termasuk di dalamnya. Namun, keberadaan *Blater* di tengah masyarakat Madura memiliki posisi yang istimewa dan terpandang.

Bila melihat sosok Blater, maka akan terlihat sosok laki-laki Madura yang sebenarnya, sebelum dipoles oleh kultur-kultur dominan yang merambahnya (Imayanto, 2017). Laki-laki Madura memiliki identitas maskulin yang cenderung terfokus pada adu kekuatan laki-laki (Raditya, 2011). Nilai ini terepresentasi dalam aktivitas carok yang banyak dilakukan oleh kelompok Blater. Kejantanan (maskulinitas) Blater dalam arena kekerasan memang lebih menonjol dibandingkan laki-laki Madura pada umumnya. Dalam tataran ini, eksistensi kejantanan seorang Blater dibuktikan dalam pertarungan fisik yang seringkali mengakibatkan kematian. Memang tidak dipungkiri bahwa atribut-atribut kejantanan Blater seringkali disalahgunakan untuk menyakiti orang lain. Padahal, apabila dikelola secara benar, kekuatan ini mampu menjadi benteng pertahanan yang mampu menahan gempuran kekuatan asing yang mulai menggerogoti identitas dan potensi bangsa.

Sebagai salah satu wilayah yang sedang berkembang, Madura memiliki potensi untuk menjadi kawasan maju. Kemajuan yang diharapkan tentu saja membutuhkan komitmen seluruh elemen masyarakat untuk bergerak ke depan. Kemajuan ini juga harus menempatkan *local wisdom* sebagai salah satu pegangan agar tidak kehilangan identitas diri. Salah satu identitas yang hingga kini masih bertahan di tanah Madura adalah Blater. Artikel ini membahas tentang berbagai hal yang berkaitan dengan eksistensi kelompok *Blater* di kalangan masyarakat Madura yang menyangkut sisi historis

kemunculan *Blater*, berlanjut pada dinamika peran *Blater* dalam masyarakat Madura di masa kini. Kemudian, penulis melihat adanya potensi atribut maskuinitas Blater yang dapat digali dan diberdayakan sebagai penunjang perkembangan dan penjaga stabilitas wilayah Madura dalam menyongsong era globalisasi.

Blater: Potret Masa Lalu dan Kini

Ketika berbicara tentang masyarakat Madura, banyak orang yang berpikiran bahwa dominasi kultur agama dan kekerasan menjadi isu yang paling sering diperbincangkan. Kultur agama dikaitkan dengan hubungan antara kyai dan santri di dalam sebuah lembaga yang disebut dengan pesantren. Maka tak heran jika mudah sekali menemukan pondok pesantren di sudut-sudut Pulau Madura. Sehingga tidak salah apabila Kuntowijoyo menyebut Pulau Madura sebagai 'pulau seribu pesantren' (Muthmainnah, 1998). Di sisi lain, kultur kekerasan biasanya diasosiasikan dengan tragedi carok yang seringkali berujung pada kematian. Tindakan carok merupakan salah satu bentuk penyelesaian masalah melalui adu fisik demi membela harga diri. Orang Madura yang memilih mengambil jalan 'toleran', bukan melalui tindakan carok ketika dihadapkan dengan kasus-kasus pembelaan harga diri dipandang sebagai orang yang tidak memiliki jiwa *keblateran* oleh masyarakat Madura (Rozaki, 2009). Sehingga, carok dijadikan sebagai salah satu arena legitimasi yang mampu mengukuhkan status sosial seseorang sebagai *Blater*, selain dalam tradisi karapan sapi, sabung ayam, jaringan kriminal, dan *remoh Blater* (pertemuan informal sesama *Blater* untuk mempererat silaturahmi) (Rozaki, 2009).

Dalam sejarahnya, sosok *Blater* merupakan jago pukul raja yang dimanfaatkan untuk menjaga pertahanan ataupun merebut kekuasaan kerjaan lain. Mereka diambil dari para jagoan kuat yang ada di pedesaan. Dalam kenyataannya, para jagoan ini dipilih karena memiliki ilmu bela diri dan ilmu kekebalan yang tinggi. Sosok *Blater* dalam praktiknya mampu mengendalikan massa yang jumlahnya tergantung pada tingkat kesaktiannya. Namun, tak jarang juga para jagoan ini menjadi musuh raja untuk merebut kekuasaan sang raja. Dalam catatannya di tahun 1710, Albert, seorang novelis asal Belanda, menjelaskan bahwa terjadi penyerbuan kekuasaan raja di Sumenep oleh seorang

bandit yang mampu mengumpulkan banyak pengikut. Bandit ini mengaku masih memiliki hubungan darah dengan Sedyaningrat, seorang raja dari Madura (De Jonge, 1995).

Cerita lain tentang pemberontakan para jagoan desa juga muncul dalam sejarah Ke'Lesap. Ia adalah seorang keturunan Raja Cakraningrat III yang memiliki kemampuan dalam strategi perang. Setelah menguasai wilayah Sumenep hingga Blega (Bangkalan) Ke'Lesap dibunuh oleh raja melalui siasat diplomatis (Irsyad, 1985). Namun, cerita yang paling melegenda bagi masyarakat Madura tetang adanya jagoan pedesaan adalah cerita tentang Sakera. Sakera adalah seorang jagoan atau *Blater* yang berperang melawan penjajah Belanda di area tapal kuda (Pasuruan, Probolinggo, Jember, Situbondo, dan Banyuwangi). Ia dikenal memiliki ilmu agama dan kanuragan yang tinggi serta sangat peduli terhadap penderitaan rakyat. Namun, pada akhirnya Belanda menggantungnya agar perlawanan rakyat Madura padam (Kosim, 2007). Sebelum meninggal Sakera sempat berteriak sambil berkata: "*Guperman korang ajar, ja' anga-bunga, bendar sengko' mate, settong Sakerah epate'e, saebu sakerah tombu pole*" yang berarti "Guperman keparat, jangan bersenang-senang, saya memang mati, satu Sakerah dibunuh, akan muncul seribu Sakerah lagi" (Einstein, 2017). Serangkaian cerita di atas merupakan gambaran *Blater* di masa lalu. Keberadaannya didominasi oleh hasrat perlawanan dan perjuangan menghadapi kekuasaan. Lalu, bagaimana dengan keberadaan kelompok ini di masa kini?

Hingga kini, eksistensi *Blater* rupanya masih tetap ada. Untuk menjadi *Blater,* seseorang akan melewati dua proses kultural yang membuatnya menyandang predikat tersebut (Rozaki, 2004). Pertama, memiliki kemampuan ilmu kanuragan, ilmu kekebalan, sikap pemberani, dan jaringan pertemanan yang luas. Apabila orang tersebut berhasil memenangkan carok atau berhasil mengendalikan konflik yang terjadi di masyarakat, maka akan semakin memperkuat posisinya sebagai *Blater*. Kedua, keterlibatannya di dunia kriminal dalam aksi-aksi kekerasan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karenanya, untuk menjadi *Blater,* seseorang harus berani 'pasang badan' dalam beradu fisik meskipun nyawa taruhannya. Tidak jarang sesama *Blater* akan beradu kekuatan ilmu beladiri dalam memperkuat sosoknya sebagai oreng *Blater*.

Dalam kehidupan sosial, posisi *Blater* sangat disegani, tidak hanya oleh anggota masyarakat melainkan juga oleh aparat negara (Rozaki, 2004). Keberadaan *Oreng Blater* di dalam sebuah desa akan menentukan aman atau tidaknya kondisi desa tersebut. Perampokan, pencurian, kerusuhan, dan tidakan kekerasan lainnya menjadi tanggung jawab para *Blater*. Bahkan, apabila ada pencurian kendaraan bermotor, maka korban dapat meminta tolong kepada *Blater* untuk mengambil kembali barang yang hilang tersebut.

Di sisi lain dalam hubungannya dengan dunia politik, keterlibatan kelompok *Blater* juga sangat terlihat. Misalnya saja dalam pemilihan kepala desa (*klebun*). Kelompok *Blater* ini memainkan peran sebagai penentu terpilih atau tidaknya seseorang menjadi kepala desa. Bahkan, posisi kepala desa di Madura banyak diisi oleh kelompok *Blater*. Kalaupun tidak berasal dari kelompok ini, setidaknya pencalonan seseorang menjadi kepala desa didukung oleh *Blater*. Selain itu, untuk menduduki beberapa posisi penting di pemerintahan (tingkat kabupaten atau di atasnya), jasa *Blater* sangat diperlukan dalam memobilisasi massa.

Para *Blater* memiliki media untuk memperkuat eksistensinya sebagai salah satu elemen masyarakat yang berkuasa. Mereka biasa berkumpul dan berkomunikasi dalam kegiatan *remoh* (pertemuan informal Blater, *pen)*, karapan sapi, sabung ayam, sandur, dan perjudian. Melalui *remoh,* para *Blater* akan menyampaikan rapor kriminalitas yang terjadi di wilayahnya. Semakin sedikit tindak kriminalitas di suatu wilayah, maka semakin tinggi nilai prestis yang diperoleh *Blater* tersebut. Hal ini sebagai bentuk persepsi bahwa Sang *Blater* memiliki kekuasaan yang besar karena mampu menjaga wilayahnya dengan baik sehingga dihormati dan dijunjung tinggi oleh warganya.

Gambaran di atas menunjukkan bahwa eksistensi *Blater* dari zaman prakolonial hingga kini masih sangat terjaga. Perannya sebagai kekuatan sosial masyarakat menjadi elemen penting dalam proses pembangunan wilayah Madura. Dengan memahami potensi yang dimiliki kalangan Blater menjadi modal tersendiri bagi masyarakat Madura untuk mengejar ketertinggalannya. Tentu saja, harmonisasi dalam bermasyarakat dan berbangsa menjadi landasan utama dalam berkiprah memajukan wilayah.

Konstruksi Kejantanan *Blater*

Definisi kejantanan (maskulinitas) seorang laki-laki di suatu tempat dengan tempat lainnya bisa jadi akan sangat jauh berbeda. Seperti halnya femininitas, menurut Pleck et.al. (dalam Coutenay 2000:1387), maskulinitas merupakan bentuk aktivitas berpikir dan bertindak yang tidak didasarkan pada peran identitas ataupun psikologis, melainkan karena konsep tersebut telah dipahami dalam kebudayaannya. Dengan kata lain maskulinitas merupakan hasil bentukan suatu budaya dimana atribut-atribut yang ada di dalamnya akan beragam tergantung pada konsep yang dianut oleh masing-masing kebudayaan (Endriastuti, 2014: 9).

Pendeskripsian nilai-nilai kejantanan laki-laki Madura pernah dilakukan oleh Yuwono (2012) yang membahas tentang representasi maskulinitas Madura pada ilustrasi kemasan jamu kuat laki-laki Madura. Dalam penelitiannya, Yuwono mengamati adanya kode-kode budaya dalam kemasan jamu kuat laki-laki Madura yang berlaku dalam kehidupan masyarakatnya. Hal tersebut meliputi: aspek maskulinitas yang dikonstruksi dalam budaya Madura, hubungan antara maskulinitas dalam budaya Madura dengan nilai-nilai kejantanan, serta hubungan antara maskulinitas dengan pesan-pesan visual/ilustrasi, warna, dan tipografi sebagai pendukung visualisasi dalam kemasan jamu kuat ramuan Madura. Hasilnya menunjukkan bahwa kode maskulin yang muncul pada setiap kemasan berorientasi pada nilai-nilai fisik seperti menonjolkan sifat kuat, kekar dan berotot, serta tidak impoten; *attitude* seperti cekatan, berani, dan agresif; serta nilai sosial yang cenderung menonjolkan kode dominasi untuk menunjukkan peran laki-laki sebagai yang utama dan terutama dalam konteks tanggung jawab maupun seksual.

Selain itu didapati pula bahwa kehormatan merupakan sisi paling penting dalam budaya Madura yang harus selalu dijaga oleh laki-laki. Kode-kode ini melahirkan mitos bahwa laki-laki yang maskulin adalah yang aktif, bertanggung jawab, dan selalu dalam kondisi prima, baik dalam aktivitas pekerjaan maupun seksual. Berdasarkan temuan, maskulinitas yang terkonstruksi dalam budaya Madura dikaitkan dengan nilai-nilai maskulinitas yang terepresentasi pada ilustrasi dalam kemasan jamu kuat laki-laki Madura, terlihat

adanya pergeseran, dari nilai-nilai seperti keberanian, kekuatan, tanggung jawab, dan kejujuran, ke nilai-nilai fisik seperti tubuh kekar, berotot serta seksualitas.

Gambar 1. Ilustrasi sosok Blater

Sumber: http://www.avepress.com

Konstruksi maskulinitas Blater sebenarnya tidak jauh berbeda dengan gambaran laki-laki Madura pada umumnya. Hanya saja Blater diasosiasikan sebagai sosok yang lebih berbahaya, meskipun kadangkala mereka dianggap sebagai pahlawan masyarakat. Atribut-atribut maskulinitasnya menunjukkan beberapa karakter yang menonjol, di antaranya:

1. Berani (tidak takut mati): seorang Blater harus berani beradu kekuatan fisik bahkan hingga mengorbankan nyawanya. Dalam beberapa insiden kekerasan, Blater berdiri di garda depan dan beradu kedigdayaan.
2. Kejam: dalam menghadapi lawan, Blater menggunakan kekerasan baik dengan cara menyakiti bahkan membunuh. Sikap kejam di sini diartikan sebagai perilaku yang tidak memiliki belas kasihan dalam menghabisi lawan.
3. Tangguh: seorang Blater harus tangguh. Hal ini berkaitan dengan ilmu kanuragan dan bela diri yang dimilikinya. Semakin tinggi ilmunya, maka semakin disegani pula posisinya dalam masyarakat.
4. Tanggung jawab: seorang blater memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjaga kestabilan keamanan di wilayahnya. Apabila tingkat kriminalitas di wilayahnya meningkat, maka blater ini akan diremehkan oleh masyarakat dan sesama Blater.

5. Beristri lebih dari satu: seorang Blater biasanya memiliki istri lebih dari satu. Hal ini berkaitan dengan gengsi dan reputasinya sebagai laki-laki dalam dominasi seksualitas terhadap perempuan.

Beberapa atribut di atas dipahami oleh sosok blater sebagai suatu konsep 'menjadi laki-laki ideal' dalam pergaulan *keblateran*. Pemahaman tersebut tentu saja akan mengalami pendefinisian yang berulang-ulang karena konsep maskulinitas sendiri merupakan suatu bentuk konstruksi budaya setempat yang terus mengalami pergeseran.

Kejantanan *Blater*: Elemen Penjaga Stabilitas Keamanan dan Pembangunan Wilayah

Sejak dibukanya Jembatan Suramadu, gelombang modernitas dan globalitas semakin mudah diakses oleh masyarakat Madura. Sayangnya, dapat dipastikan bahwa pengaruh yang dimunculkan tidak selamanya membawa dampak positif kepada mereka. Adanya gesekan kepentingan antar individu mengakibatkan munculnya berbagai perpecahan dalam masyarakat. Sebagai salah satu pemimpin informal di Madura, keberadaan Blater memberikan teknik pemecahan masalah yang berbeda. Dibandingkan dengan kyai, kelompok ini lebih memilih menumpas sengketa dan permasalahan yang ada melalui jalur kekerasan.

Saat ini aktivitas politik di Madura dikuasai oleh kyai (di tingkat kabupaten) dan Blater (di tingkat desa). Dua kekuatan politik tersebut berjalan beriringan dalam lingkup wilayah yang berbeda. Kyai dipilih sebagai pemimpin karena kharisma dan kewibawaannya dalam mengelola umat. Sedangkan kelompok Blater dipilih sebagai pemimpin karena keberaniannya dan kemampuannya dalam mengorganisir massa. Pola kepemimpinan Blater yang awalnya hanya berada dalam lingkup informal mulai menjalar ke permukaan dengan menduduki posisi-posisi birokatis di era pasca reformasi. Banyak di antara mereka yang mulai menjabat sebagai kepala desa (*klebun*) dan posisi penting lainnya. Sosok Blater dipandang mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan internal yang terjadi di wilayahnya. Tak heran jika suatu wilayah dinilai sangat aman karena memiliki *klebun* (kepala desa, *pen)* dari golongan Blater yang bereputasi tinggi. Penguasaan keamanan wilayah dilakukan melalui jalur kekerasan karena habitus ini telah menjadi identitas yang mendarah daging

bagi kelompok Blater. Keberanian, kekejaman, ketangguhan, dan rasa tanggung jawab menjadi atribut kejantanan yang ditonjolkan sebagai loyalitas terhadap keamanan masyarakatnya. Hal ini menjadi harga mati yang menyangkut harga dirinya sebagai seorang Blater walaupun nyawa taruhannya. Pola kerja yang semacam ini menjadikan Blater layak diseut sebagai elemen penjaga stabilitas yang ampuh dalam lingkup wilayah tertentu. Tingkat keamanan suatu wilayah sangat tergantung pada kecakapan Blater yang memimpinnya.

Para Blater rupanya juga memiliki andil yang cukup besar dalam pembangunan wilayah di Madura. Pada beberapa kesempatan, kelompok ini memiliki akses dalam proyek pembangunan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Banyak di antara mereka yang mulai membangun perusahaan dan menjalankan proyek negara seperti pembangunan jalan, perbaikan jalan, serta pembangunan infrastruktur milik pemerintah lainnya. Dalam peran ini, Blater memilki kuasa dalam merancang pembangunan desa dan area lainnya. Namun, pada kenyataanya tidak semua Blater berada pada posisi yang demikian. Beberapa di antara mereka bertindak sebaliknya. Demi menutupi penyelewengan dan kegagalan suatu proyek mereka siap 'pasang badan' untuk membungkam kritik dan protes masyarakat. Jaringan yang dibangun oleh Blater dengan kelompok sosial lainnya tidak hanya sebatas jaringan kultural, melainkan berkembang ke tataran politik dan ekonomi dalam hubungan mutualisme.

Seperti yang disampaikan oleh Rozaki bahwa jika saja komunitas Blater memiliki perhatian atas perbaikan kualitas layanan publik masyarakat, seperti pendidikan, kesehatan, perumahan dan lainnya dalam tata kuasa pemerintahan maka pelaksanaan otonomi dan desentralisasi politik di Madura akan mendulang masa depan yang menggembirakan. Namun, bila komunitas ini tidak memiliki perhatian atas perubahan dan perbaikan, maka masyarakat Madura akan menghadapi masa-masa suram. Memang ada komunitas lain di luar kedua *mainstream* (kyai dan Blater) itu, yakni kalangan akademisi. Namun perannya masih belum signifikan dalam mempengaruhi politik kuasa di Madura (Rozaki, 2009). Oleh sebab itu, keikutsertaan setiap elemen masyarakat dalam mewujudkan mimpi menuju masa depan yang menggembirakan sangatlah diperlukan. Kesadaran untuk saling mendukung dan bahu-membahu dalam relasi sosial perlu

ditumbuhkan. Hingga pada akhirnya pembangunan yang pesat dapat dinikmati seluruh lapisan masyarakat karena adanya dukungan stabilitas keamanan yang memadahi.

Pulau Madura dengan kekhasan aksentuasi bahasa, juga memiliki kultur dan peran stakeholder yang beragam. Diversitas unsur ini memiliki peran dan visi, yang pada hakikatnya sama, yakni sebagai bentuk identitas dan lokalitas etnis Madura. *Blater* sebagai permisalan, adalah istilah yang hanya ada dan tercipta di Madura; dia adalah sosok jagoan Madura di daerah Barat, khususnya di kota Bangkalan dan Sampang. Kultur jagoanisme ini tidak hanya berperan pada sisi premanisme namun juga asketisme. Premanisme selalu terikat pada tindak kejahatan sekaligus keamanan, lebih dari itu, sosok *Blater* juga memiliki nilai unggul dari etnis Madura ketika berkaitan dengan harkat dan martabat. *Blater* rela berkorban nyawa jika harus mempertahankan harkat dan martabat. Dari sini, peran *Blater* secara umum berperan sebagai garda depan dalam kekerasan, segala bentuk kekerasan, baik yang bernuansa politik, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan, hingga nuansa ekonomi. Inilah kekhasan kultur jagoanisme ala Madura yang direpresentasikan oleh sosok *Blater*.

Referensi

Courtenay, Will H. (2000*). Constructions of Masculinity and Their Infuence on Men's Well-being: a Theory of Gender and Health*. *Social Science & Medicine*, No.50, hal. 1385-1401

Einstein, Ardi. (2014). *Budaya Carok (Sang Legenda Pak Sakera)*. Diakses 1 November 2017. https://www.kompasiana.com/ardieinstein/budaya-carok-sang-legenda-pak-sakera_54f413dc7455139f2b6c868c

Endriastuti, Annysa. (2014). *Konstruksi Maskulinitas Bonek Surabaya dalam Perspektif Budaya Arek*. Tesis. Surabaya: Universitas Airlangga

Irsyad, M. (1985). *Ke'Lesap Lanceng Pocong*. Bangkalan.

Jonge, Huub de. (1995). *"Stereotypes of the Madurese"*. Dalam *Across Madura Strait: the Dynamics of an Insular Society*, editor Kees van Dijk, Huubde Jonge, dan Elly Touwen-Bouwsma. Leiden: KITLV Press

Kompasiana. (2015). *"Identitas Kaum Blater Madura"*. Diakses 3 November 2017 https://www.kompasiana.com/www.r3i-arosbaya.blogspot.com/identitas-kaum-*Blater*-Madura_54f913eea3331169018b461f

Kosim, Muhammad. (2007). *Kyai dan Blater; Elite Lokal dalam Masyarakat Madura*. Vol. XII No.2 (halaman 161-167)

Muthmainnah. (1998). *Jembatan Suramadu; Respon Ulama terhadap Industrialisasi*. (Yogyakarta; LKPSM, 1998), hlm. Xi

Rozaki, Abdur. (2004). *Menabur Kharisma Menuai Kuasa: Kiprah Kyai dan Blater di Madura.* Yogyakarta: Pustaka Marwah

Rozaki, Abdur. (2009) *Social Origin dan Politik Kuasa Blater di Madura*. Diakses 2 November 2017. https://kyotoreview.org/issue-11/social-origin-dan-politik-kuasa-*Blater*-di-Madura/

Rozaki, Abdul. (2012). *Kepemimpinan Informal di Madura*. Diakses 2 November 2017. http://www.lontarMadura.com/kepemimpinan-informal-di-Madura/

Rachmad Tri Imayanto. (2015). *Identitas Kaum Blater*. Diakses pada 2 November 2017. https://www.kompasiana.com/www.r3i-arosbaya.blogspot.com/identitas-kaum-blater-Madura_54f913eea3331169018b461f

Raditya, A., (2011). *Maskulinitas Jawa-Madura. Kompas Online*. Diakses 1 November 2017. http://kompas.realviewusa.com

Wiyata, A. L., (2002). *Carok: Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura.* Yogyakarta: *LKiS*.

Yuwono, Elisabeth C. (2012). *Representasi Maskulinitas Madura dalam Ilustrasi Kemasan Jamu Kuat Laki-laki Madura*. Tesis. Surabaya: Universitas Airlangga

Ziemek, Manfred. (1986). *Pesantren dalam Perubahan Sosial*. Jakarta: P3M.

STRATEGI KULTURAL BLATER SEBAGAI IDENTITAS ORANG MADURA

Oleh:
Teguh Hidyatul R, Surokim, Allivia Camelia

Blater dan Bhigal (begal, pen) merupakan satu profesi yang berlatar belakang kekerasan dan merupakan bentuk perwujudan dari sifat Madura yang keras dan tidak mau kalah. Letak demografis pulau Madura yang tanahnya tandus, gersang dan kering merupakan salah satu faktor tingginya tingkat kemiskinan. Banyak penduduk Madura yang lari keluar kota untuk mencari lapangan pekerjaan yang lebih baik. Ada juga yang bertahan meskipun mereka mengalami ekonomi yang kurang. Proses bertahan hidup bagi orang-orang Madura yang malas bekerja, namun mempunyai keinginan yang besar untuk kaya raya memunculkan profesi Bhigal. Premanisme pertama kali di Madura dimulai dengan adanya Bhighal, yaitu orang yang suka mencuri motor dan perhiasan dengan cara paksa dengan menggunakan senjata tajam yaitu clurit. Semakin banyak seseorang melakukan tindakan Bhighal, maka semakin disegani dan ditakuti orang tersebut. Ciri-ciri orang yang melakukan profesi bhighal adalah selalu menyelesaikan permasalahan dengan cara kekerasan dan bahkan pembunuhan (THR, SKm, AC).

***

Madura adalah destinasi wisata religius yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dari dalam dan luar negeri. Menurut radarMadura.jawapos.com, pada tahun 2015 sebanyak 849.935 jumlah wisatawan,

datang berziarah ke Asta Syaikhona Kholil di Desa Martajasah, Kecamatan Kota Bangkalan. Sementara lokasi wisata religi lainnya, yakni Aer Mata dikunjungi 783.520 peziarah dan Makam Sultan Abdul Kadirun diziarahi 82.309 orang.

Data tersebut menjadikan Kota Bangkalan sebagai peringkat ketiga dalam kunjungan tempat wisata paling ramai di Jawa Timur. Wisata religius yang ada di Kabupaten Bangkalan merepresentasikan bahwa Bangkalan menjunjung tinggi budaya Islami. Kyai, ulama dan ustad adalah tokoh yang dianggap sakral dan dihormati oleh masyarakat Bangkalan karena pemimpin budaya Islami dengan memakai simbol-simbol kulturalnya.

Selain Kyai, Kota Bangkalan mempunyai satu tokoh yang dihormati dan disegani, bukan dari golongan Kyai, yaitu *Blater*. Berbicara mengenai *Blater*, ada banyak sekali pandangan-pandangan negatif yang mengitarinya. *Blater* di mata orang yang belum mengetahuinya digambarkan dengan sosok orang yang memiliki perawakan yang besar dan garang serta selalu berbuat kejahatan. Hal tersebut adalah anggapan yang kurang tepat, dan anggapan yang seperti itu lebih merujuk pada istilah *Bajingan* (istilah Madura) karena *Bajingan* adalah orang yang memiliki sifat arogan dan kasar (rampok, begal, dan sebagainya).

Blater berbeda dengan *Bajingan*. *Blater* merupakan orang yang terkenal akan kehidupannya yang bermasyarakat atau mempunyai koneksi (teman) yang banyak dan selalu diandalkan dalam suatu wilayah. Di Madura, *Blater* adalah sosok yang disegani bahkan ditakuti. *Blater* sebenarnya lebih dianggap sebagai seorang jagoan yang memiliki pengaruh, lantaran dengan adanya *Blater,* maka suatu wilayah akan menjadi aman. Sosok *Blater* kerap sekali dianggap sebagai orang yang memilki pertemanan yang luas baik itu dalam desa, kecamatan atau bahkan kabupaten (kota). Selain itu *Blater*, dianggap sebagai seorang sesepuh desa (orang yang dituakan).

Labelisasi *Blater* bukan datang dari dirinya sendiri. Julukan *Blater* merupakan julukan yang diberikan oleh masyarakat. Dapat dikatakan bahwa *Blater* merupakan *assigned status* atau status sosial yang diberikan oleh suatu masyarakat. *Blater* memang bukan didapatkan dari turun-temurun keluarga, namun biasanya, dalam suatu keluarga, satu atau dua anggota keluarga tersebut adalah seorang blater.

Bentuk penghormatan masyarakat pada Blater hampir sama dengan penghormatan mereka kepada Kyai yang ada di Madura. Identitas *Blater* dalam arena budaya Madura tidak datang begitu saja, namun melalui proses yang cukup panjang dengan berbagai macam modal yang dimiliki oleh seorang *Blater*.

Identitas *Blater* dapat di-simbolisasikan dengan cara berpakaian dan *gesture* tubuhnya. Pakaian berbicara banyak mengenai siapa diri kita, atau apa yang kita kenakan benar-benar menyimpulkan identitas diri (Heate dan Potter. 2009: 203). Kopiah putih, baju kokoh, dan sarung serta pakaian yang serba putih adalah identitas yang biasa dipakai oleh tokoh agama Islam, yaitu Kyai. Sedangkan, kopiah hitam yang tinggi dan sarung adalah tanda dan simbol orang *Blater*.

Perkembangan modernisasi membawa dampak yang cukup signifikan terhadap budaya *Blater*. Keunikan dan keanekaragaman kultural yang dilakukan oleh *Blater* dalam proses penerimaan budaya luar Madura adalah nilai penting dari penelitian ini.

Menurut antropolog A.L. Kroeber dan C. Kluckhohn dalam *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions* (1952), ada enam pemahaman pokok mengenai budaya, salah satunya dilihat dari definisi historis, yaitu cenderung melihat budaya sebagai warisan yang dialih-turunkan dari generasi satu ke generasi berikutnya. Dari pemahaman dan pengertian budaya yang dikatakan oleh Kroeber dan Kluckhohn di atas, semakin mengukuhkan eksistensi *Blater* yang menempatkan identitasnya melalui proses warisan budaya.

Seperti apakah proses warisan budaya tersebut? Bagaimana strategi Blater dalam mempertahankan identitasnya? Modal apa saja yang dimiliki seorang Blater? Beberapa pertanyaan tersebut adalah landasan utama untuk menyusun rumusan masalah dari penelitian ini.

Genealogi *Bhighal* dan *Blater*

Pemikiran tentang suatu budaya bermula dari pengetahuan masyarakat yang dikomunikasikan secara turun temurun. Genealogi merupakan aspek penting untuk membongkar pengetahuan dengan kekuasaan sehingga membentuk "arsip" historis. Keberhasilan sejarah adalah milik mereka yang mampu merebut aturannya (Foucault 1991 : 86). Kekuasaan yang dimiliki oleh *Blater* berdampak kepada budaya patuh terhadap orang-orang Madura, terutama di daerah

Bangkalan. *Blater* identik dengan budaya kekerasan yang menjadi arena kontestasi dalam ranah identitas orang Madura.

Membicarakan tentang keberadaan *Blater* di Madura tidak bisa terlepas dari fenomena watak dan karakter orang Madura. Sesuai perkembangan zaman, *Blater* memang telah mengalami transformasi, kini *Blater* bukan seorang *Bajingan* yang memiliki stereotipe negatif. *Blater* sekarang lebih dikenal dengan keahliannya dalam carok dan kemampuannya mengumpulkan teman, kelompok, anak buah dan pengikut, serta dapat memberi pembelaan dan perlindungan pada sanak famili dan masyarakat.

Pada tahun 1983, di desa kecil Desa Jaddih-Bilaporah Kecamatan Socah, ada sekumpulan pemuda yang usianya berkisar 25 tahun dan sudah sangat terkenal sepak terjangnya di masyarakat Desa Jaddih. Mereka terdiri dari 15 orang pemuda yang sebagian dari mereka masih terikat tali persaudaraan dan lainnya merupakan teman yang sudah lama saling mengenal. Mereka ini yang sering disebut masyarakat sebagai kelompok *Bhighal* (tindakan perampasan dan pencurian material (motor, mobil, kalung, uang atau benda-benda yang dianggap berharga dan dapat diperjual belikan) yang dilakukan oleh satu orang atau lebih dengan cara intimidasi dan melukai korban). Mereka sendiri tidak pernah menamakan kelompok mereka sebagai kelompok *Bhighal*. Mereka hanya bergabung dan berkumpul karena mereka memiliki banyak kesamaan hobi, kegiatan sampai kesamaan pemikiran yang membawa mereka untuk selalu bertemu, selalu berkumpul bersama, dan bertukar pikiran. Hal inilah yang mengantarkan mereka untuk mulai menjadi sebuah kelompok yang menjalankan aksi *Bhighal* berencana.

Tepat tiga puluh tiga tahun yang lalu, kelompok *Bhighal* yang merupakan kelompok informal ini ada dan bertahan. Ada dua orang bersaudara dalam kelompok *Bhighal* ini yang dari awal menjadi ujung tombak kelompok. Mereka berdua adalah Man Tuan dan Kak Tuan. Dari awal terbentuk kelompok ini, mereka berdua telah ditunjuk oleh teman-teman kelompoknya sebagai pemimpin kelompok, yang akhirnya sampai hari ini mereka berdua masih bertahan sebagai pemimpin kelompok *Bhighal* di Desa Jaddih.

Desa Jaddih adalah desa yang berada di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Di Desa Jaddih inilah kelompok *Bhighal* ini muncul, tumbuh, dan berkembang dari tahun 1983 sampai saat ini. Keberadaan mereka pun tersembunyi dan tidak terpublikasi secara luas. Tiga puluh tiga tahun yang lalu mungkin masyarakat mengenal mereka sebagai kumpulan pemuda yang kerjanya merampok dan membunuh. Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai mengenal mereka sebagai kelompok orang-orang *Blater* yang memiliki banyak anak buah. Sekarang (tahun 2016) mereka dikenal sebagai *Blater* yang kaya dan disegani masyarakat. Pada tahun 2016, jumlah mereka pun sudah tidak lagi 15 orang, melainkan sudah bertambah dan berkembang hingga berjumlah kurang lebih 50 orang. Kelompok ini sudah berubah menjadi kelompok besar yang keberadaannya tidak dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Pemimpin kelompok yang mereka pilih dari dulu sampai sekarang tidak pernah berubah dan tidak pernah digantikan. Man Tuan dan Kak Tuan tetap memimpin kelompoknya di jaman yang semakin canggih dan semakin modern.

Man Tuan dan Kak Tuan ini adalah dua bersaudara yang lahir di Desa Jaddih, dan tidak jelas tepat pada tanggal dan bulan apa, karena di desa ini masyarakatnya tidak memiliki kebiasaan untuk mencatat tanggal dan bulan kelahiran. Man Tuan kini berusia sekitar 55 tahun, sedangkan Kak Tuan kini telah berusia 53 tahun. Kedua bersaudara ini dilahirkan di tengah kondisi kemiskinan dan kondisi desa yang sarat dengan kekerasan dan kriminalitas .

Semasa kecil, Man Tuan dan Kak Tuan sudah dekat dan tidak asing dengan dunia ke-*blater*an maupun fenomena carok antar desa. Pada saat itu, carok antar desa dan berbagai pembantaian marak dan rawan terjadi. Pem-*bhighal*an dan perampokan juga sudah menjadi cerita sehari-hari. Ayah dan ibunya hanyalah seorang petani biasa namun paman-pamannya dikenal sebagai *Blater* tangguh yang jago carok juga selalu menang ketika ada carok antar desa.

Suatu ketika orangtuanya harus mengalami gagal panen sehingga untuk makan pun mereka kesulitan. Dari situlah Man Tuan dan Kak Tuan berusaha mencari jalan keluar dengan mencoba untuk mencopet dan menjambret, Kegiatan ini dilakukannya sejak usia 13 tahun. Man Tuan dan Kak Tuan hanya pernah mengenyam

pendidikan sampai di sekolah dasar. Maka dari itu ia tidak memiliki keahlian dan keterampilan lain untuk bekerja. Mencuri dan menjambret dianggapnya sebagai pilihan satu-satunya untuk membantu kedua orangtuanya. Tindakannya itu di luar sepengetahuan orangtuanya, hingga akhirnya mereka tumbuh dewasa. Kebiasaan mencuri dan menjambret semakin gencar mereka lakukan, sampai akhirnya mereka mencoba untuk mem-*bhighal*. Sesuai dengan pernyataan Man Tuan:

> *"Engkok riah lok asekolah, lok andik elmoh, lok andik bakat, ben tak andik keahlian pa apah. Odi' mlarat, ngakan mlarat, deddih koduh bisa nyareh pesse dhibik de'emmah carannah…reng tuah lok taoh jek engkok dheri kene' le lakoh ajambret neng pasar sang rajah diddik lakoh Bhighal neng klobungan, sang le pelak acarok buruh abaco' mate'en oreng mon ebhejer bik pesse rajeh* (Aku ini tidak sekolah, tidak punya ilmu, tidak punya bakat, dan tidak punya keahlian apa-apa. Hidupku miskin, makan susah, jadi harus bisa mencari uang sendiri dengan cara apapun. Orang tua tidak pernah tau kalau aku dari kecil sudah suka menjambret di pasar, setelah remaja sudah mem-*bhighal* di klobungan. Setelah pandai carok, baru membacok dan membunuh orang kalau dibayar dengan uang banyak (pembunuh bayaran) (Wawancara 17/08/2012/11.00WIB).

Man Tuan dan Kak Tuan (nama samaran) memiliki banyak teman yang sejalan dengan mereka. Dunia hitam mengajarkan mereka memiliki banyak teman untuk melindungi diri dan mempertahankan diri. Dari sinilah Man Tuan dan Kak Tuan juga teman-temannya mencoba untuk mem-*bhighal*. Mem-*bhighal* di sini yang mereka maksud adalah merampas sepeda motor pengendara di jalan dengan membacok atau terkadang sampai membunuh korbannya. Man Tuan, Kak Tuan dan teman-temannya yang saat itu berjumlah 15 orang mulai menyusun rencana untuk aksi *bhighal*nya. 15 orang ini terdiri dari beberapa orang saudaranya dan beberapa temannya yang memang sudah dikenal ahli carok. Aksi *Bhighal*nya itu dilakukan pada waktu malam hari mulai dari pukul 23.00 WIB sampai pukul 04.00 WIB. Hasil *Bhighal*an nantinya akan dikumpulkan dan dibagi rata. Aksi tersebut setidaknya mereka lakukan 3x dalam seminggu selama hampir 6 tahun. Berjudi, minum-minuman keras, carok, dan mem-*bhighal* sudah menjadi keseharian mereka.

Kelompok yang mulanya 15 orang dalam 6 tahun sudah mampu berkembang dan mampu mengumpulkan anak buah lebih dari 30 orang. Lambat laun Man Tuan dan Kak Tuan mulai dikenal masyarakat sebagai orang *Blater* karena keberaniannya saat aksi carok dan mampu memberi perlindungan bagi masyarakat di desanya saat carok antar desa masih sering terjadi. Tidak hanya itu, Man Tuan dan Kak Tuan juga dikenal memiliki ilmu kebal, karena setiap kali carok, mereka hampir tidak pernah terluka dan berdarah meski ada beberapa orang yang sempat melihat mereka beberapa kali terkena sabetan clurit. Man Tuan dan Kak Tuan semakin dikenal waga desa sebagai *Blater* yang tidak bisa dibunuh. Ini diperkuat dengan pernyataan Sohib (nama samaran) salah satu warga Desa Jaddih.

> "*Mon Man Tuan so Kak Tuan deri ngodeh la teguh, lok empan ebacok, ben carok pas mole lok toman bedeh lokah bik lok toman adere, sebedeh labennah se mateh/ Kak Tuan so Hasan lakar Blater paling jago jiah*" (Kalau Man Tuan dan Kak Tuan dari waktu masih muda sudah teguh atau kebal, tidak mempan dibacok. Setiap kali carok tidak pernah pulang dalam keadaaan luka-luka atau berdarah. Yang ada lawannya pasti kalah dan mati. Kak Tuan dan Hasan memang Blater paling jago) (Wawancara 13/08/2012/15.30WIB).

Man Tuan dan Kak Tuan lalu dianggap sebagai ketua kelompok karena mereka berdua yang awalnya memulai untuk mengajak teman-temannya yang mulanya hanya 15 orang hingga akhirnya mencapai kurang lebih 30 orang. Kelompok informal ini tidak memiliki fungsi-fungsi khusus. Anggotanya hampir didominasi saudara-saudara sendiri, sepupu ponakan dan teman-teman terpercayanya. Untuk bisa masuk dalam kelompok ini, mereka harus mampu mem-*bhighal* dengan bersih, maksudnya di sini adalah harus mampu mem-*bhighal* tanpa bisa dilacak polisi atau tanpa bisa ditangkap massa. Jika seseorang sudah mahir dan cukup pandai, Man Tuan dan Kak Tuan akan mengajaknya ikut ketika harus ada carok atau harus membacok orang. Man Tuan dan Kak Tuan baru akan menganggapnya *Blater* jika dia cukup kuat dan berani juga jika dia mampu mengumpulkan banyak anak buah atau pengikut.

Bhighal yang merupakan jalan alternatif yang cepat untuk keluar dari angka kemiskinan di Madura menjadi habitus beberapa orang Madura yang akhirnya terbentuk sebagai identitas orang Madura yang keras dan berani. Stereotipe terhadap orang Madura yang keras

dan berani banyak dihubungkan dengan konsep *Blater*. Hal ini terjadi karena ada kontestasi identitas antar orang Madura. Setelah menjadi *Bhighal* dengan segala keberaniannya, maka seseorang akan naik menjadi *Blater*. Perubahan strata sosial dari *Bhighal* menjadi *Blater* mempunyai strategi kultural dalam kontestasi di ranah masyarakat Madura.

Strategi Kultural Identitas Orang Madura dalam Perspektif *Blater*

Orang Madura mengalami perubahan budaya dan pergeseran makna tentang dinamika sosial yang ada di masyarakatnya. Datangnya globalisasi dan modernisme mengakibatkan identitas suatu budaya berubah mengikuti norma sosial yang ada. Identitas merupakan konsep yang abstrak, kompleks dan dinamis. Fong dalam samovar (2010: 184) berpendapat bahwa identitas budaya sebagai:

> "Identifikasi dari sistem perilaku simbolis verbal dan non verbal yang memiliki arti dan yang dibagikan diantara anggota kelompok yang memiliki rasa saling memiliki dan yang membagi tradisi, warisan, bahasa, dan norma-norma yang sama. Identitas budaya merupakan konstruksi sosial."

Pemakaian struktur *Blater* merupakan idetitas budaya orang Madura untuk membuat anggota kelompok tersebut berbeda dengan orang Madura pada umumnya. *Bhighal* menjadi budaya premanisme untuk menuju strata yang lebih dihormati lagi, yaitu *Blater*. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Kak Tuan sebagai pemimpin kelompok *Bhighal* :

> *"Abhighel jiah lambe' lakar tang kelakoan, tapeh setiah lok neng gut segut aBhighal Bhighal jiah setiah elakonen ken mon bedeh oreng se lok majer, otabeh bedeh oreng se lok ekeleburin. Engkok setiah la loktoron ka embong pole,bedeh nak kanak se khusus eberi' tugas gebei neng embong. Yeh engkok le taoh beres beih. Mon terro deddih reng jago, reng bleter, koduh Bengal aBhighal otabeh koduh menang acarok, koduh andi' kancah bennya' bik anak buah se bennya' ajiah le tradisi."* (Membhighal dulu memang kerjaanku, tapi sekarang tidak bisa sering-sering membhighal. Membhighal itu sekarang dikerjakan jika ada orang yang tidak membayar, atau pun ada orang yang tidak disukai. Aku sekarang sudah tidak turun ke jalan untuk membhighal lagi. Ada anak buah yang khusus ditugaskan untuk membhighal di jalan. Ya aku hanya tau beres saja. Kalau ingin jadi orang jago, orang *Blater*, harus berani membhighal, atau harus

menang carok, harus punya banyak teman dan anak buah yang banyak. Itu sudah tradisi.). (wawancara 14/09/2012/14.00WIB)

Sebagai pemimpin *Bhighal* yang dulunya suka melakukan tindakan premanisme, berubah menjadi pembuat kebijakan atau pemberi perintah dalam organisasi kekerasan di Madura, khususnya di Bangkalan, pemberian identitas sosial Kak Tuan sebagai *Blater* merupakan konstruksi orang Madura.

Premanisme akhirnya menjadi kegiatan anarkhis yang terselubung dan dijaga ketat oleh para agen yang mendukung budaya *Bhighal* dan *Blater*. Suatu posisi anarkis menentang hirarki, otoritas dan intervensi negara (dalam hal ini aparat keamanan, seperti: TNI, Kepolisian di Madura, khususnya di kabupaten Bangkalan) dalam kehidupan bermasyarakat. Anarkis bertahan dalam keadaan bebas dari dominasi. Manusia akan cenderung berkooperasi secara sukarela dengan sesamanya, sebagai kebalikan dari pandangan konvensional yang melihat otoritas dan dominasi sebagai diperlukan untuk mempertahankan kontrol (Kropotkin, 1972). *Bhighal* terjadi karena faktor terlepasnya kontrol sosial dari intervensi negara yang menjadi habitus orang Madura untuk melakukan budaya premanisme. Hubungan antara *Bhighal* sebagai komunitas dengan pemerintah sebagai aparatus pengawas keamanan dan pelindung masyarakat menjadi dinamika dari hubungan perilaku antara kedua belah pihak, seperti yang dikatakan oleh Prudensius Maring dalam Jurnal Makara volume 19 nomor 1 tentang relasi behavior yaitu: *"the dynamics of relationship behavior is control and behavior of the resistance was seen in a series of special actions or behavior of the apparatus of Government and the community. A series of actions or behavior that can be seen in these events and happenings (trajectories) were experienced by the community."*

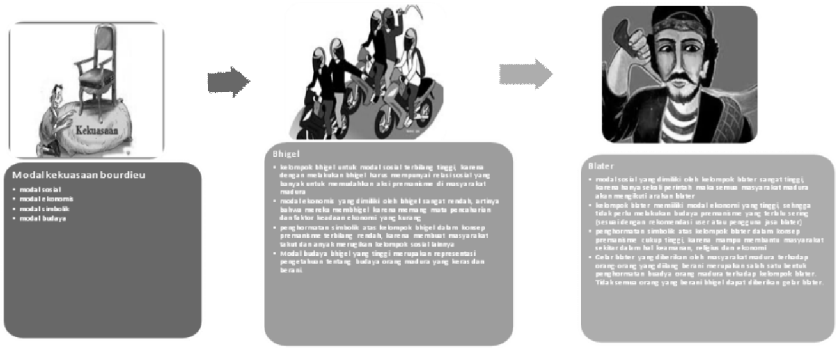
Antar anggota *Bhighal* mempunyai faktor kedekatan dan kekeluargaan untuk mempertahankan kelompoknya dari struktur dominasi negara. Komunitas *Bhighal* mempunyai cara memperkuat sesama anggotanya dengan melakukan aksi *Bhighal*. Aksi ini adalah bentuk resistensi terhadap pemerintah untuk menjaga dan melestarikan budaya premanisme di Bangkalan Madura.

Proses pencapaian *Bhighal* menuju *Blater* yang memiliki strata lebih tinggi merupakan perjuangan kelas si agen dalam mencari

modal budaya yang diakui oleh masyarakat. Pelabelan (meminjam istilah Bourdieu bahwa melalui pelabelan seorang agen membedakan dirinya dengan orang atau kelompok yang lain (Bourdieu, 1990 140) *Bhighal* yang berubah menjadi *Blater* merupakan strategi seorang agen dalam arena kultural untuk melakukan perjuangan kultural. *Bhighal* yang masih dilabelkan masyarakat sebagai kelompok premanisme yang utuh membuat orang-orang Madura resah akan tindakan yang dilakukannya. Namun, sewaktu seorang *Bhighal* tersebut sudah berubah menjadi *Blater*, karena pelabelan masyarakat itulah posisi seseorang itu akan berubah menjadi premanisme yang didukung dan dilindungi oleh orang Madura. seperti halnya yang dikatakan oleh Halim (45 tahun) salah satu warga Jaddih-Bilaporah, saat diminta keterangannya tentang Man Tuan dan Kak Tuan serta *labhalah*nya (sanak saudaranya) atau kelompoknya, iya berkata:

> *"Adooo…Ajiah sesepuhna reng Blater neng Bangkalan.. Mon labhalannah ban nak buannah adek se benne reng blater. Reng jago kabbi jiah..Dari lamba' sampe' satiah pagghun ejunjung bik oreng* (Aduh…dia itu sesepuhnya orang Blater. Kalau kelompoknya atau anak buahnya itu tidak ada yang bukan orang blater. Dari dulu sampai sekarang tetap disanjung dan dihormati warga)". (wawancara 11/09/2012/11.00WIB)

Hal ini dikarenakan sosok *Blater* terhadap budaya premanisme terdapat timbal balik antara *Blater* dan penduduk masyarakat sekitar. Hasil dari premanisme atau perampasan sebagian akan dibuat untuk pembangunan tempat-tempat ibadah. Beberapa lahan pertanian yang dimiliki oleh blater dari hasil premanisme disewakan kepada masyarakat sekitar. Adanya timbal balik kepentingan sosial berdampak kepada pemeliharaan budaya premanisme di masyarakat Madura. Pelabelan *Blater* akhirnya lebih dihargai oleh orang Madura, daripada *Bhighal* yang masih dianggap bersifat terlalu premanisme. Adanya perbedaan modal yang terdapat antara *Bhighal* dan *Blater* dalam konsep premanisme, menghasilkan produk sejarah dan pelabelan yang berbeda. Seperti terlihat dalam gambar 1.1 :



Gambar 1.1. Modal Dalam Konsep Bourdieu Antara Bhighal dengan Blater

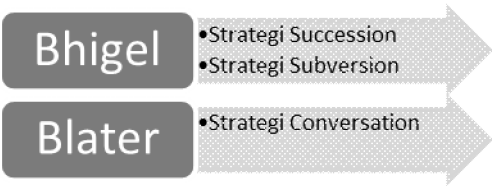
Dari tabel di atas telah dijelaskan bahwa praktik budaya untuk perjuangan kelas dalam konsep premanisme di Madura membutuhkan banyak modal dan waktu agar mencapai posisi *Blater*. Anggota yang masuk dalam kelompok *Bhighal* dan *Blater* bersifat tertutup, artinya bahwa anggota dari organisasi premanisme tersebut hanya orang-orang dekat, sahabat atau keluarga. Kontestasi premanisme antara *Bhighal* dan *Blater* dalam arena budaya dipengaruhi oleh dua prinsip hierarki yang menjadi sangat penting, yaitu: prinsip heteronomi dan prinsip otonomi. Kontestasi antara dua prinsip tersebut merupakan pertentangan yang fundamental dan membentuk arena budaya.

Prinsip heteronomi yang didasarkan pada faktor eksternal dalam kelompok *Bhighal* dan *Blater* banyak menghasilkan pertarungan dan strategi identitas untuk tetap berada dalam strata budaya masyarakat Madura. Sebagian masyarakat Madura menganggap kelompok *Bhighal* dan *Blater* adalah produk budaya Madura sebagai representasi sifat orang Madura yang berani dan keras, tetapi banyak juga yang resah dan takut sewaktu kelompok premanisme tersebut ada di tengah-tengah masyarakat Madura yang Islami.

Berbeda definisi dengan prinsip otonomi yang berdasarkan kepentingan khusus dari suatu praktik budaya, Scott Lash (2004: 245) menyebutkan bahwa semakin otonom suatu arena, semakin besar kemungkinan produksi dalam arena ini hanya diberikan pada produsen lain dan tidak pada para konsumen dalam arena yang bersangkutan (arena kekuasaan). Artinya dalam kelompok *Bhighal*

dan *Blater* banyak sekali produksi budaya terkait dengan modal simbolis yang dibuat oleh kelompok *Bhighal* dan *Blater* dan digunakan dalam anggota kelompok tersebut, di antaranya adalah *remoh* dan sabung ayam. Masih banyak produk kultural yang dihasilkan atas prinsip otonomi oleh kelompok *Bhighal* dan *Blater* yang digunakan sebagai pertentangan terhadap budaya dominan budaya Madura yang Islami dan pemeliharaan atas budaya premanisme sebagai representasi karakter orang Madura yang keras dan berani. Negasi budaya premanisme sebagai bentuk kultivasi lokal orang Madura sangat beragam dan menarik untuk dibahas pada bagian selanjutnya artikel ini, agar menambah dialektika intelektual tentang premanisme Madura yang sangat kurang disajikan dalam perpektif sosial humaniora.

Strategi kultural menurut Bourdieu ada tiga jenis (Swartz, 1997: 125): yaitu *Conservation* (strategi yang biasa dipakai oleh pemegang posisi dominan dan senior dalam sebuah ranah). *Succession* (strategi yang bertujuan untuk mendapatkan akses terhadap posisi-posisi dominan di dalam ranah). *Subversion* (strategi yang dipakai oleh mereka yang mengharapkan mendapat bagian kecil saja dari kelompok-kelompok dominan). Jika strategi *conversation* lebih banyak dipakai oleh kelompok-kelompok dominan dalam sebuah masyarakat, maka strategi *succession* dan *subversion* lebih banyak menjadi pilihan mereka yang tersubordinat. Strategi kultural dengan petaruhan modal yang ada di masyarakat dapat diilustrasikan melalui gambar berikut.



Gambar 2.1: Strategi Blater Sebagai Identitas Orang Madura

Blater menerapkan strategi *conversation* dengan cara mengayomi dan melindungi masyarakat Madura dari pertikaian dan permusuhan antar warga Madura. Keamanan masyarakat Madura dipelihara dan dijaga oleh *Blater*. Dengan adanya rasa aman, nyaman dan sejahtera, maka masyarakat Madura akan meningkatkan kepercayaan kultural kepada *Blater*. Seperti yang dikatakan oleh Teh Guteh (Teh Guteh adalah panggilan masyarakat terhadap sebutan blater

di daerah Socah. Nama aslinya adalah Saref, tetapi lebih dikenal dengan Teh Guteh) sebagai *Blater* di Socah :

> "Blater bisa mengayomi masyarakat, jika ada masyarakat yang sedang kesusahan, seorang Blater bisa membantu sebelum kepolisian. Selain itu *Blater* juga kerap menjadi tempat aspirasi masyarakat." (wawancara dilakukan tanggal 23 November 2016 pukul 10.00).

Bantuan Blater tidak hanya dilakukan dalam bidang sosial saja, namun bidang politik dan budaya. Dunia politik sangat kental dengan persaingan. Ketatnya persaingan membuat beberapa oknum politik melakukan kecurangan. Dalam hal ini, para oknum politik memegang teguh kepercayaannya kepada kaum *Blater* untuk mengumpulkan massa sebanyak-banyaknya. Pada proses Pilkades misalnya, juga terdapat pihak-pihak tertentu (*Blater*) di luar politik yang memiliki pengaruh besar untuk kemenangan dalam pilkades. Jadi masyarakat kebanyakan memilih pemimpinnya bukan karena keinginan hati, namun karena terpaksa. Hal ini terkait dengan kultur budaya masyarakat yang masih menganggap *Blater* sosok yang harus ditaati dan dipatuhi. Dalam beberapa kasus menunjukkan bahwa setiap calon pemimpin yang berada di pihak *Blater* kemungkinan besar akan menang. Mereka, melalui jaringan yang luas dan kuat, sering kali menjadi penentu sukses tidaknya acara Pilkades, dan juga menjadi penentu terpilih tidaknya calon kepala desa. Bahkan tidak jarang, dengan dalih keamanaan dan gengsi, kepala desa justru dipilih dari kalangan *Blater*. Kepala desa terpilih pun yang tidak berasal dari kalangan *Blater* harus bisa "bersahabat" dengan mereka. Jadi keterlibatan *Blater* ini pun akan sangat menjadi pengaruh besar dalam arena pilkades.

Strategi *conversation* juga diterapkan dalam bidang budaya oleh blater dengan cara memelihara perkumpulan komunitas *Blater* yang biasa disebut sebagai *Remoh, Sandor* dan *Oto'-oto'*. Budaya tersebut merupakan bagian dari kegiatan yag dilakukan oleh para *Blater* yang ada di Bangkalan. *Remoh, Sandor* dan *Oto'-oto'* adalah kegiatan kultural yang dilakukan oleh *Blater* dalam satu rangakaian budaya.

Menurut laman lontarMadura.com, *Remoh* adalah acara hajatan yang dilakukan oleh warga desa untuk memperingati atau merayakan acara tertentu dari si penghajat. *Remoh* biasanya itu dilakukan saat

acara resepsi perkawainan, khitanan, atau acara acara lain. *Remoh* ada dua model, *pertama*; remoh atau hajatan biasanya dengan berlomba-lomba memberikan uang terbanyak kepada si penghajat, dan *kedua*; remoh dengan berlomba lomba memberikan uang terbanyak kepada si penghajat dan disertai dengan pertunjukkan *Sandur*, yakni kesenian *Tayub* (istilah Jawa) yang penarinya dilakukan oleh laki laki yang berdandan perempuan. Remoh yang kedua ini biasanya yang dilakukan oleh *Pak Klebun* (kepala desa). Seperti apa yang dikatakan oleh Pak Atik sebagai *Blater* yang ada di Kecamatan Socah, yaitu:

> "Kalau setiap ada acara seperti itu, pasti ada yang namanya Blater. Pasti datang, kalau datang rame itu acaranya. Oto'-oto' juga pokonya Blater itu intinya gini orangnya terkenal lah. Ada dulu yang terkenal sampek Jawa Timur H. Ali Almarhum itu dia Blater paling terkenal." (wawancara dilakukan tanggal 25 November 2016 pukul 13.00).

Blater akan terus menjaga kuasa-nya melalui modal sosial, budaya, simbolik dan ekonomi yang diberikan ke masyarakat Madura. Identitas *Blater* sebagai orang Madura akan tetap terpelihara dengan baik, karena habitus, modal dan ranah menjadi praktik kultural yang berulang-ulang dilakukan di antara masyarakat Madura yang Islami. *Bhighal* menerapkan strategi *subversion* dan *succession* untuk mendapatkan identtias yang mapan (seperti *Blater*). Perampasan, kekerasan dan perkelahian sering dilakukan oleh *Bhighal* untuk menunjukkan keberaniaannya sehingga dapat berubah struktur sosial di masyarakat menjadi *Blater*.

Negasi Modal Premanisme Sebagai Kultivasi Budaya

Budaya premanisme yang lahir dari setiap wilayah di Indonesia berbeda-beda sesuai dengan karakteristik sosial. Erich Fromm (2001: xx) mengatakan bahwa ada banyak faktor tentang agresi yang dilakukan oleh manusia sebagai tindakan destruktif, yaitu :

1) Kelompok manusia memiliki tingkat kedestruktifan masing-masing yang berbeda secara fundamental sehingga fakta-faktanya hampir tidak dapat dijelaskan dengan asumsi bahwa kedestruktifan dan kekejaman merupakan pembawaan

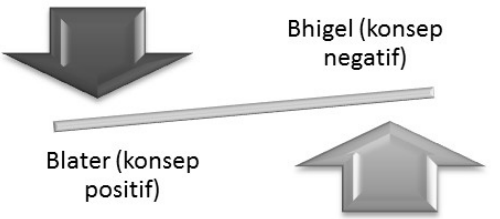
2) Beragam tingkat kedestruktifan bisa dikorelasikan dengan faktor-faktor psikis yang lain dan dengan perbedaan dalam masing-masing struktur sosialnya; dan
3) Derajat kedestruktifan meningkat seiring dengan meningkatnya perkembangan peradaban, bukan sebaliknya.

Pada poin kedua yang menjelaskan tentang tingkat agresi dan emosi, serta amarah manusia tergantung dari perbedaan dalam masing-masing struktur sosialnya, orang Madura mempunyai sifat yang ditonjolkan, yaitu keberanian, kegagahan, kepetualangan, kelurusan, ketulusan, kesetiaan, kerajinan, kehematan, keceriaan, kesungguhan dan rasa humor. Akan tetapi sifat-sifat ini selalu dibayang-bayangi oleh kejelekan (Mien, 2007:139). Setiap orang Madura mempunyai kesempatan untuk menjadi destruktif karena sifat dan karakter orang Madura yang keras dan berani. Banyak karakter orang Madura telah berdampak pada identitas yang telah disepakati oleh masyarakat Madura. Seperti yang diungkapkan oleh Bangun Sentosa DH pada jurnal Makara edisi Desember 2015, Volume 19 nomor 2.

> "For instance, in the rural area of Madura (Bangkalan, Sampang, Pamekasan, and Sumenep) where I did my research, the word 'dukun' is not often heard. More commonly, words such as *Haji*, to indicate a devout Muslim orientation; *Ustads*, indicating an Islamic teacher; *Kyai*, a title normally reserved for Pesantren and Islamic leaders; *Abah*, which means father; Umi (Muslim's Mom), *Ki* or *Aki* (grandfather or grandmother), are used. It makes sense that Islamic terms of magic agents took over the terms dukuns, because as mentioned above Madura is a Muslim island. Madurese (especially the *dukuns*) realize it, and then society regularly constructs the new terms of *dukuns* as social consensus. For *dukuns*, the term 'dukun' tends to be irreligious, and it is a potentially insecure term for their 'needs'."

Haji, Ustads, Dukun, Kyai, Aki, Abah, merupakan identitas orang Madura yang menentukan strata kelas di masyarakat Madura. Setiap identitas mengalami bentuk perlakuan yang berbeda dari orang Madura. Penyebutan kata Kyai, Haji atau Ustad adalah *labelling* orang Madura yang mempunyai nilai positif. Konsep kekerasan dalam masyarakat orang Madura mempunyai nilai negatif, namun merupakan salah satu budaya orang Madura yang dilestarikan.

Negatif adalah persepsi orang di luar masyarakat Madura, berbeda dengan orang Madura itu sendiri. Menurut Gamble dan Gamble (1996:77) persepsi merupakan proses seleksi, pengaturan, dan penginterpretasian data sensor dengan cara yang memungkinkan kita mengerti dunia kita. hubungan persepsi *Bhighal* dengan *Blater* antara orang luar Madura dengan orang Bangkalan ditunjukkan dalam gambar di bawah ini:



Gambar 3.1. Hubungan Persepsi Blater dengan Bhighal

Bhighal dalam praktik subversif untuk menjaga eksistensinya sama halnya dengan yang dilakukan oleh komunitas budaya populer di Madura dengan cara memainkan musik sesuai dengan habitusnya. Musik telah menjadi budaya masyarakat Bangkalan yang agamis. Dalam pandangan orang Madura, musik baik adalah musik yang bernuansa rohani dengan menggunakan bahasa Arab dan nada-nada yang rendah. Sedangkan di kalangan komunitas budaya popular, musik yang baik adalah yang menggunakan nada-nada keras dan ada juga yang santai, namun memakai bahasa Inggris dan Indonesia (tanpa ada bahasa Arab). (Teguh H. Rachmad, 2016: 8).

Bhighal dalam mempertahankan budayanya mempunyai dua kelompok, yaitu kelompok primer dan sekunder. Kelompok primer terikat secara emosional, seperti hubungan sesama anggota keluarga, tetangga, kawan sepermainan, yang terasa lebih akrab dan lebih personal. Kualitas komunikasi menembus kepribadian yang paling tersembunyi dan menyingkap unsur-unsur perilaku yang hanya tampak privat saja. Pada komunikasi primer, hal-hal yang bersifat pribadi diungkap dengan menggunakan berbagai lambang, verbal maupun non verbal.

Kelompok sekunder ini adalah lawan kelompok primer, hubunganya tidak terlalu akrab dan tidak personal. Dalam komunikasi sekunder, komunikasi bersifat dangkal (hanya menembus

bagian luar dari kepribadian), sedangkan lambang komunikasi umumnya verbal dan sedikit sekali nonverbal. Dalam kelompok ini, hubungan anggota satu dengan lainnya dianggap seperti saudara dan kerabat sendiri (*labhalah*). Pemimpin kelompok ini tidak menganggap anggotanya seperti bawahannya, pemimpin kelompok justru menganggapnya seperti saudara sendiri dan seperti anak-anaknya sendiri, hubungan kekeluargaan mereka sangat dekat dan akrab. Seperti yang dikatakan salah seorang anggota kelompok *Bhighal* Samsul (Nama samaran)

> *"Kabbi labhalah riah la acora' tretan, mon badah sittong se sake' nyandher kabbhi..mon badah sittong se andi' masalah, norok kabbhi"* (Semua lebeleh ini sudah seperti saudara, kalau ada satu yang sakit, datang semua, kalau ada satu yang punya masalah, semuanya ikut membantu) (wawancara 04.10.2012/ 14.00WIB).

Mereka selalu menyempatkan waktu untuk datang dan berkumpul di acara-acara yang sering mereka buat sendiri. Uniknya, acara yang dibuat kelompok ini bukan acara penuh kekerasan seperti yang kita bayangkan. Selain acara *remoh* yang sudah menjadi tradisi, acara berupa slametan, yasinan, dan halal bihalal juga mereka adakan setelah lebaran untuk berkumpul, dan menyelaraskan diri dengan masyarakat. Selain itu ada acara "*sabung ajam*" (adu ayam) yang memang rutin tiap bulan mereka lakukan. Kegiatan berkumpul yang sering dilakukan ini bertujuan agar semakin dekat dan semakin akrab hubungan antara satu orang dengan yang lainnya. Hebatnya lagi, meski hasil perolehan uang keamanan yang diperoleh setiap anggota berbeda-beda, tidak pernah hal ini dipermasalahkan atau direbutkan oleh anggota yang lain. Anggota kelompok mengaku tidak ingin berebut uang dengan saudara sendiri. Seperti pengakuan Holilur (Nama samaran) yang ditemui saat acara *sabung ajam.* Ia mengatakan:

> *"Sengkok lok toman ereh lek… Lok usa arebbhu'en pesse so tretan dhibik. Ban pole kabbhinnah padah ngerte'en, se lok andik pesse padah eberri' kabbhi', lok usa kabeter, tretan dhibik jek porop so pesse"* (Saya tidak pernah iri dek…Tidak usah berebut uang dengan saudara sendiri. Lagi pula semuanya sama-sama mengerti, yang tidak punya uang pasti diberi uang. Tidak usah khawatir, Saudara sendiri jangan ditukar dengan uang). (wawancara 04.10.2012/ 16.00WIB).

Pembagian kekuasaan sewaktu-waktu memunculkan pertikaian antar anggota *Blater* dan *Bhighal*, maka akan dicarikan solusi oleh beberapa orang yang stratanya lebih tinggi seperti; Kyai ataupun ulama. Tokoh-tokoh Madura mempunyai peran dan fungsi yang berbeda, di satu sisi untuk mendukung spiritual dan di sisi lain mendukung dan memelihara premanisme Madura. Hal ini sama halnya yang dikatakan oleh Syamsu A. Kamaruddin dalam Jurnal Makara edisi Juli 2012, Volume 16 nomor 1 yang mengatakan bahwa pembagian peran tokoh agama, di satu pihak, merupakan pendukung spiritual bagi pemberontakan, dan di pihak yang lain, sebagai mediator antara pemerintah dan rakyat dalam pemberontakan. Ini adalah fakta kesejarahan yang umum bahwa tokoh agama memegang peranan penting sebagai pendukung dan pemimpin pemberontakan."

Tokoh-tokoh Madura seperti *Blater*, Kyai, ulama dan ustads adalah kelompok orang yang dihormati dan disegani oleh masyarakat Madura. Jika premanisme di Bangkalan Madura yang anggotanya atau ketuanya adalah salah satu dari tokoh-tokoh Madura yang dihormati, maka disinilah bentuk negasi premanisme sebagai upaya pemeliharaan budaya asli Madura yang mempunyai sifat dan karakter yang keras.

Referensi

Bauman, Zygmunt. (1995). *Postmodern Ethics*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.

Bernard, H.R. (1994). *Research Methods in Anthropology.Qualitative and Quantitative Approaches.*London: Sage Publications.

Fashri, Fauzi. (2007). *Penyikapan Kuasa Simbol: Apropisasi Reflektif Pemikiran Pierre Bourdieu*. Jakarta : Juxtapose.

Foucault, M. (1991). *Governmentality.In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller. The Foucault Effect: Studies in Governmentality*. Chicago: University of Chicago Press

Fromm, E. (2001). *Akar Kekerasan Analisis Sosio Psikologis Atas Watak Manusia*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta

Gamble, T.K & Gamble, M. (1996).*Communication Works fifth edition*. EnglewoodCliffs, NJ: Prentice Hall.

Hall, S. (1990). *Cultural Identity and Diaspora. In Identity: Community, Culture, Difference*. London: Lawrence & Wishart

Hall, S., & Du, G.P. (1996). *Questions of Cultural Identity*. London: Sage

Harker, Richard (et all). (2005). *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*". Pent: Pipit Maizier. Yogyakarta; Jalasutra.

Heate, Joseph dan Andrew Potter. (2009). *Radikal itu menjual (seragam dan keseragaman).* Jakarta: Antipasti.

http://radarMadura.jawapos.com/read/2016/10/12/4459/pengunjung-wisata-religi-bangkalan-tertinggi-ketiga-se-jatim

Tradisi Blater Tak Bisa Ditinggalkan | Lontar Madura http://www.lontarMadura.com/tradisi-blater-tak-bisa-ditinggalkan/#ixzz4SuHHBFI9

Jenkins, Richard. (2004). *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu.* Terj.Nurhadi. Yogyakarta; Kreasi Wacana.

Jurnal Makara Universitas Indonesia edisi Juli 2015, Volume 19 nomor 1

Jurnal Makara Universitas Indonesia edisi Desember 2015, Volume 19 nomor 2

Jurnal Makara Universitas Indonesia edisi Juli 2012, Volume 16 nomor 1

Kroeber, A.L. & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions.* The Museum : Cambridge, Massachusetts, USA.

Kropotkin, P. (1972). *Mutual Aid: A Factor of Evolution*. Garland, New York

Lash, S. (2004). *Sosiologi Potmodernisme, Terjemahan A. Gunawan Admiranto*. Yogyakarta : Kanisius

Longhurst, B. (2008). *Introducing Cultural Studies*. Harlow, England Person/Longman

Rachmad, Teguh. H. (2016). *Media Lokal : Kontestasi New Media*. Elmatera : Yogyakarta

Rachmad, Teguh. H. (2016). *Madura 2045 Merayakan Peradaban: Negosiasi Budaya Popular di Pulau Madura*. LKiS : Yogyakarta

Rifai, M. A. (2007). *Manusia Madura*. Yogyakarta: Pilar Media

Samovar, Larry, H, dkk. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya Edisi 7*. Penerbit Salemba Humanika, Jakarta.

Spradley, J.P. (2007). *Metode Etnografi. Terj. Mizbah Zulfa Elizabeth.* Yogyakarta : Tiara Wacana

Swartz, David. (1997). *Culture and Power: The Sociology of Piere Boudieu.* Chicago: University of Chicago Press.

Takwin, Bagus. (2006). *Referensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra.

TRADISI REMO MADURA DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI BUDAYA

Oleh:
Dinara Maya Julijanti

Kode komunikasi dalam Remo adalah komunikasi yang bermakna khusus. Remo mempunyai kode tersendiri, contohnya ketika seseorang membawa senjata tetapi ia tidak meletakkan senjata tajam di tempatnya, maka hal itu memberikan kode yang bersangkutan seperti menantang tuan rumah Remo. Selain itu, biasanya tamu yang datang pertama akan dicatat oleh penerima tamu, karena hal ini sebagai kode untuk dipanggil pertama oleh pembawa acara pada acara pertunjukan sandur dan biasanya sebagai bentuk penghormatan pada yang bersangkutan (D. M. J).

***

Pulau Madura dan masyarakat Madura sampai saat ini masih menjadi perhatian dan obyek penelitian yang menarik baik bagi kalangan akademisi dan politisi. Banyak akademisi yang memilih Madura sebagai obyek kajian penelitian, mulai dari garam, tembakau, jamu, batik, budaya, bahkan perempuan Madura.

Masyarakat di Indonesia dan setiap suku bangsa, pasti mempunyai keunikan sendiri yang menjadi ciri khas dari masyaarakat tersebut. Begitu juga dengan suku Madura, yang tentu saja memiliki identitas etnik beserta karakteristiknya. Meskipun memiliki identitas yang jelas, etnik Madura masih diberi label dengan stereotipe yang

positif ataupun negatif. Masyarakat Madura digambarkan sebagai masyarakat pekerja keras, sekaligus dianggap sebagai suku yang karakteristiknya susah diatur.

Tradisi sosiokultural menjadi bagian yang sangat penting dalam interaksi dan komunikasi masyarakat Madura. Tradisi sosiokultural memberikan sebuah kelanjutan dari tradisi fenomenologis karena penafsiran budaya memiliki orientasi heurmeneutika dan sosiokultural. Setiap kelompok etnis dan budaya (utamanya Madura) menciptakan pemaknaan, nilai-nilai, dan kegiatan melalui komunikasi (Littlejohn, S & Foss, K, 2014: 460). Tradisi sosiokultural memandang tatanan sosial sebagai persoalan penting dan melihat komunikasi sebagai perekat masyarakat.

Dalam konteks ini, bangsa Indonesia memiliki kekayaan tradisi sosiokultural yang sangat beragam dengan berbagai etnis dan budayanya, sehingga mampu memperkaya khazanah komunikasi di Indonesia. Salah satu etnis di Indonesia yang memiliki kekhasan komunikasi adalah etnis Madura. Masyarakat Madura memiliki karakteristik yang berbeda dengan etnis lainnya di Indonesia, terutama dari perspektif sosial budaya. Dalam kehidupan sosial masyarakat Madura, selain *ratoh*, priyayi, serta kyai sebagai elit sosial desa yang memiliki pengaruh yang besar dalam masyarakat Madura, terdapat elit sosial lainnya adalah oreng *Blater*. Istilah *Blater* sangat populer terutama di Madura bagian barat, yaitu Bangkalan dan Sampang (Degraaf, H.J & Pigeaud, 2001: 189).

Penulis melalui artikel ini mengkaji salah satu fenomena yang ada di Madura yang sampai saat ini masih berlangsung khusunya di Madura Barat yaitu fenomena *Remo* (dibaca Remoh). Mengapa penulis mengkaji ini, karena di tengah arus informasi dan globalisasi serta pengaruh akulturasi budaya di setiap daerah, kegiatan *Remo* ini masih berlangsung dalam kalangan tertentu dan kelas tertentu. Kalangan tersebut adalah kalangan *Blater*.

Dalam memahami *Blater*, kerap terjadi kerancuan antara *Blater* dan *Bajing*. Masyarakat sering mengganggap kedua komunitas ini adalah komunitas yang sama. Pada kenyataannya, *Blater* dan *Bajing* jelas berbeda. Hal tersebut dapat dilihat dari kebisaan dan pola komunikasinya. Perbedaan lainnya terletak pada tingkatan dan kelasnya

yang berbeda. *Bajing* (bajingan) lebih kental bermain pada dunia hitam dan memiliki perangai yang kasar dan keras, sedangkan *Blater*, meskipun identik dengan kultur kekerasan dan dunia hitam, namun perangai yang dibangunnya lebih lembut, halus dan memiliki keadaban. Di kalangan mereka sendiri, dalam mempresepsikan diri, *Blater* adalah *Bajingan* yang sudah naik kelas atau naik tingkat sosialnya (Rozaki, 2004).

Komunikasi masyarakat *Blater* sangat menarik untuk dikaji karena komunitas ini memiliki kekhasan baik dalam konteks logat atau pola komunikasi yang dikenali dari anggota kelompok, idiom yang digunakan, dan *speech act* yang digunakan. Selain itu, media komunikasi komunitas *Blater* menggunakan wahana khusus, ruang lingkup dan kiprah khusus, dan karakteristik komunikasi yang khusus pula. Hal ini menjadikan mereka sebagai komunitas yang unik dari interaksi dan komunikasi sosial budaya etnis Madura yang tidak ditemukan pada etnis lainnya di Indonesia.

Kaum *Blater* adalah tokoh informal yang diperankan oleh orang Madura yang saat ini eksistensinya sudah mulai merambah keluar Madura. Dalam dunia ke-*blateran* terdapat beberapa tradisi dari budaya Madura yang melekat pada kaum *Blater* salah satunya adalah budaya *Remo*. *Remo* atau *to'oto'* adalah suatu kegiatan tempat berkumpulnya para orang *Blater* dari seluruh pelosok desa di Madura. Biasanya, pertemuan ini adalah dalam rangka untuk mengadakan kesenian rakyat Madura yang dinamakan *Sandur*. *Remo* merupakan kegiatan yang tidak jauh berbeda dengan kegiatan menabung atau arisan, bedanya, jika menabung dilakukan pada suatu tempat atau lembaga, *Remo* ini dilakukan pada satu orang atau kepada tiap individu peserta yang ikut dalam kegiatan tersebut (Wiyata, 2013: 72).

Remo merupakan suatu pesta tempat berkumpulnya suatu para orang jago *Blater* dari seluruh desa di wilayah kabupaten Bangkalan dan Sampang. Penyelenggarannya mirip dengan arisan, yaitu setiap peserta yang hadir harus menyerahkan sejumlah uang kepada penyelenggara. Sebaliknya, penyelenggara mempunyai kewajiban yang sama kepada para tamunya jika mereka menyelenggarakan *Remo*. (Wiyata, 2002)

Orang *Blater* adalah orang yang memiliki kepandaian dalam hal kanuragan, terkadang pula disertai ilmu kekebalan dan kemampuan

magis yang menambah daya kharismatis lainnya. Ia juga memiliki kemampuan dalam ilmu agama, tetapi sebatas untuk pengembangan dirinya semata. Yang menonjol justru peran "sosialnya" sebagai sosok orang kuat di desa (Rozaki, 2004: 9). Di daerah inilah, *Blater* tumbuh subur dan sampai sekarang eksistensinya mempengaruhi kehidupan sosial budaya masyarakat Madura.

Media sosial blater yang sangat dikenal di Madura adalah *Remoh*. Di dalam *Remoh*, para *Blater* saling bersosialisasi membangun pertemanan, saling *sharing*, dan memberikan sejumlah uang kepada penyelenggara atau tuan rumah *Remoh*, yang sepintas mirip dengan arisan (Wiyata, 2002: 71).

Tindakan Komunikasi

Menurut Habermas, tindakan komunikasi adalah tindakan yang mengarahkan diri pada konsensus. Artinya, setiap tindakan menjadi tindakan rasional yang berorientasi kepada kesepahaman, persetujuan dan rasa saling mengerti. Konsensus semacam itu, bagi Habermas, hanya dapat dicapai melalui diskursus praktis yang tidak lain adalah prosedur komunikasi. Diskursus praktis adalah suatu prosedur (cara) masyarakat untuk saling berkomunikasi secara rasional dengan pemahaman intersubjektif. Dalam tipe diskursus ini anggota masyarakat mempersoalkan klaim ketepatan dari norma-norma yang mengatur tindakan mereka. Untuk mencapai konsensus rasional yang diterima umum, Habermas mengajukan tiga prasyarat komunikasi sebagai berikut:

Pertama keikut-sertaan di dalam sebuah diskursus hanya mungkin, jika orang mempergunakan bahasa yang sama dan secara konsisten mematuhi aturan-aturan logis dan semantis dari bahasa tersebut. Kedua, kesamaan dalam memperoleh kesempatan dalam diskursus hanya dapat terwujud, jika setiap peserta memiliki maksud untuk mencapai konsensus yang tidak memihak dan memandang para peserta lainnya sebagai pribadi-pribadi otonom yang tulus, bertanggung jawab sejajar dan tidak menganggap mereka ini hanya sebagai sarana belaka. Ketiga, harus ada aturan-aturan yang dipatuhi secara umum yang mengamankan proses diskursus dari tekanan dan diskriminasi. Aturan-aturan tersebut harus memastikan bahwa orang mencapai konsensus berkat "paksaan tidak memaksa dari

argumen yang lebih baik". Melalui diskursus praktis dengan prosedur komunikasi yang rasional, Habermas yakin bahwa risiko ketidak-sepakatan yang menggiring masyarakat pada disintegrasidapat dibendung (Hardiman. 2010; 5).

Komunikasi dalam berbagai komunitas etnis, akan memiliki banyak peristiwa berbeda yang dinilai sebagai bagian dari gaya komunikasi, keragaman perilaku yang dianggap tepat dalam semua peristiwa tersebut dan mungkin memiliki aturan yang berbeda untuk cara berkomunikasi. Di sisi lain, mereka mungkin memiliki tipe dan fungsi komunikasi yang sama. Perilaku dalam komunitas lokal menciptakan makna bersama dengan menggunakan kode yang memiliki sejumlah pemahaman, yang dapat dimengerti oleh komunitas etnis tersebut.

Gery Philipsen, seorang ahli dalam etnografi komunikasi mendefinisikan sebagai *speech code. Speech Code* merupakan serangkaian pemahaman khusus dalam sebuah budaya tentang apa yang dinilai sebagai komunikasi, signifikansi bentuk komunikasi dalam budaya, bagaimana sebuah bentuk tersebut dapat dipahami, dan bagaimana mereka ditunjukkan. *Speech Code* adalah sebuah budaya tidak tertulis dan sering menjadi "buku panduan" secara sadar untuk bagaimana berkomunikasi dalam budaya(Littlejohn, S & Foss, K, 2016).

Little John, S & Foss, K, 2016, menegaskan tentang klasifikasi *Speech Code* sebagai berikut.

a) Kode komunikasi dalam komunikasi bermakna khusus, yang membedakan dari satu budaya dengan budaya lain.
b) Komunitas percakapan akan memiliki *Speech Code* ganda. Walaupun kode tunggal sangat mendominasi pada waktu dan tempat tertentu, dalam komunitas, beberapa kode mungkin telah disebarkan dan mengalami makna ganda.
c) *Speech Code* mendasari sebuah komunitas percakapan yang memiliki arti bagaimana menjadi seseorang, bagaimana berhubungan dengan orang lain, dan bagaimana bertindak atau berkomunikasi dalam kelompok sosial. Kode lebih dari sekedar daftar makna semantik; tetapi menumbuhkan bentuk nyata dari komunikasi yang membuat anggota dari suatu budaya dapat mengetahuinya.

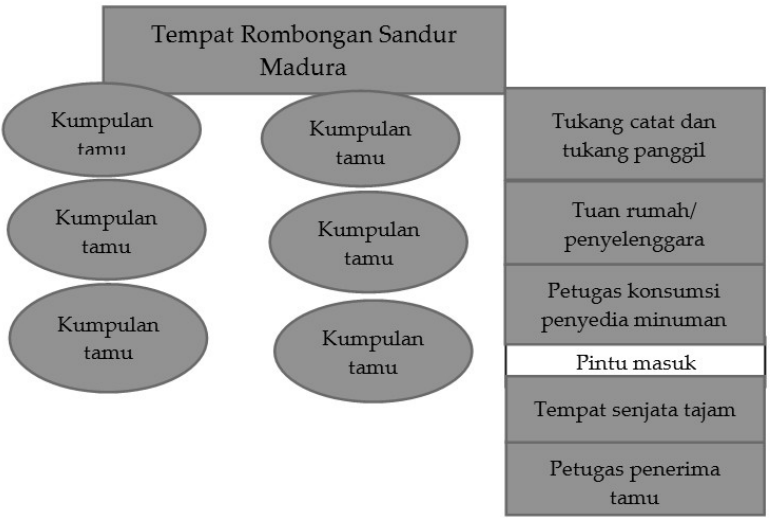
d) Kode menuntun apa yang sebenarnya pelaku komunikasi alami ketika mereka berinteraksi satu sama lain. Kode memberitahu mereka tindakan apa yang dapat dinilai sebagai komunikasi.

e) *Speech Code* tidak memecah sesuatu yang telah ada, namun ditambahkan percakapan sehari-hari. Kode dalam pola komunikasi biasanya digunakan berhubungan dengan perilaku komunikasi dalam menjelaskan apa yang mereka lakukan ketika mereka berbicara dan bagaimana meraka jelaskan, meluruskan, atau mengevaluasi komunikasi yang sedang digunakan. *Speech Code* dapat dideteksi juga dengan bagaimana anggota budaya mengubah perilaku dan kosakata mereka dengan pola yang berbeda dalam komunikasi.

f) *Speech Code* sangat kuat. Mereka membentuk sebuah dasar dimana budaya akan mengevaluasi dan melakukan komunikasinya. Kemampuan atau kualitas performa dalam komunikasi diperhatikan dan dievaluasi berdasarkan kebutuhan *Speech Code*. Pengadilan moral dibuat tentang apakah individu dan kelompok berkomunikasi dengan tepat dan menggunakannya dengan baik dalam bentuk komunikasi budaya.

Remo Madura: Eksotisme yang Terpendam

Remo adalah salah satu interaksi kelas tertentu di Madura, bahkan *Remo* ini hanya ada di Madura Barat. Inilah yang menjadi unik. Artinya, *Local Wisdom* masih ada dan sangat kental di Madura. Meskipun era teknologi dan globalisasi telah melanda orang Madura, media budaya *Remo* masih menjadi tindakan komunikasi bagi kalangan Blater di Madura.



Gambar 1. Denah kegiatan Remoh

Tradisi merupakan bukti eksistensi suatu kelompok sosial masyarakat. Apabila tradisi yang dilakukan oleh kelompok sosial masyarakat tertentu berangsur luntur, dapat dikatakan bahwa kelompok tersebut mulai punah. Tradisi yang berkembang di kalangan kelompok *Blater* di Madura merupakan bentuk kombinasi dari pemenuhan akan kepentingan pribadi yang sedang dibutuhkan dengan memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan sekitar.

Blater sebagai kelompok sosial memiliki tradisi tersendiri, di antaranya:

a) Kerapan sapi atau sabung ayam, selain memiliki makna tidak saja sebagai hiburan juga berfungsi sebagai media untuk membangun pertemanan dalam proses memperoleh status sosial di kalangan komunitas *Blater*.

b) Pencarian ilmu magis/ilmu kanuragan, untuk memperoleh ilmu ini kerap kali di padukan dengan keterampilan pencaksilat. Biasanya seorang *Blater* melakukan perantauan ke berbagai tempat untuk mencari seorang guru yang bisa memberikan ilmu ini. Ilmu kanuragan atau magis ini teramat penting untuk mendapatkan pengaruh dan disegani dalam komunitasnya, tidak hanya dituntut untuk memiliki jiwa pemberani, suka membantu teman, *ta' cerre'* (tidak pelit), mempunyai pemikiran cerdas, tetapi juga harus memiliki ilmu magis atau ilmu kanuragan.

c) Membawa *Sekep*, yaitu seperti pisau, celurit, atau keris kecil. Sekep itu dibawa kemanapun *Blater* bepergian, siang ataupun malam untuk menjaga diri dan agar tidak diganggu orang.

d) Remoh, perkumpulan yang dilakukan oleh kalangan *Blater*. Perbedaan mencolok antara *Remo* yang dilakukan masyarakat biasa dengan *Blater* tidak saja pada 'transaksi ekonomi/bubuhannya' namun juga kepada status dan pencitraan. Semakin banyak seorang *Blater* datang pada suatu *Remoh* maka akan semakin meningkat status ke*blateran*nya.

e) Mempersunting istri lebih dari satu orang, bahkan banyaknya istri dapat menunjukkan kemampuan dirinya dalam memberikan perlindungan secara materi ataupun nonmateri.

f) Etika *Blater* pada perempuan. *Blater* cenderung mengeksploitasi hak-hak sosial kaum perempuan. Misalnya kaum *Blater* tidak mau kalau bekas istrinya dipersunting orang lain. (Prayoga, 2013)

Beberapa hal di atas menggambarkan kepada kita bahwasanya bagaimana sebuah tradisi sangat dipegang teguh oleh seorang *Blater* dan orang Madura pada umumnya, tradisi tersebut mereka anggap sebagai sebuah hal yang harus tetap dijaga kelestarian serta keberadaannya, dan tumbuh sebagai ciri dari masyarakat Madura. Faktor tradisi yang memiliki peranan sangat penting bagaimana eksistensi seorang *Blater* dan *Remo* tetap bertahan hingga saat ini di bawah perkembangan zaman yang begitu modern. Dari kenyataan ini, setidaknya dapat dibuktikan bahwa masyarakat Madura masih mencerminkan sikap patuh dan taat pada tradisi yang telah ditanamkan oleh nenek moyang orang Madura sejak dari dahulu kala.

Setiap anggota *Blater* dalam suatu kelompok tentunya memiliki peranan tersendiri dalam kelompoknya, meskipun pada dasarnya tidak ada struktur yang tertera jelas dalam sebuah kelompok *Blater* tersebut, setiap anggota *Blater* memiliki motivasi serta tujuan yang sama yang mereka miliki dalam suatu kelompok sehingga menimbulkan suatu perasaan saling memiliki antara satu dengan yang lainnya. Ini dapat terlihat bagaimana komunikasi yang terjalin begitu dekat dan begitu intensif dalam sebuah kelompok tersebut bahkan tidak jarang pula mereka beranggapan sudah menjadi bagian keluarga dengan yang lainnya dan begitu pula sebaliknya.

Komunikasi antar blater dapat dilihat dari bagaimana cara mereka berkomunikasi dalam menghadiri sebuah acara *Remo*. Tidak sulit bagi ketua *Remo* untuk mengumpulkan anggota kelompok yang lain untuk memenuhi undangan menghadiri *Remo*, meskipun anggota dalam suatu kelompok *Blater* terkadang bisa mencapai 50 orang atau bahkan lebih. Ketua *Remo* memiliki peranan yang sangat penting dan menjadi komunikator dalam upayanya menyampaikan pesan kepada anggota-anggotanya yang tersebar dalam wilayahnya.

Narasumber (KA, 2017) mengatakan kepada penulis, bahwa tidak ada kendala berarti dalam komunikasi yang terjalin antar sesama anggota kelompok *Blater*, hal itu juga menjelaskan bagaimana peran ketua *Remo* sangat penting dalam membentuk karakter kelompoknya tersebut, sehingga ketua *Remo* harus tegas mampu menggiring anggota kelompoknya untuk mampu hidup dalam sebuah kelompok yang harmonis dengan baik dengan komunikasi serta keakraban yang juga tentu terjalin dengan baik pula.

Dalam penjelasan yang disampaikan narasumber, tersirat informasi akan tanggungjawab ketua *Remo*, bahwa nanti pada saat menjelang acara digelar, segala hal yang berhubungan dengan kehadiran peserta adalah menjadi tanggung jawab ketua *Remo* serta wakilnya untuk mengumpulkan anggota kelompok yang lain. Ini dirasa sangat mudah bagi ketua *Blater* karena ia hanya tinggal mengkomunikasikan berita ini dengan anggota kelompok *Blater* yang lain baik dengan lisan ataupun melaui undangan. Saat ini, perkembangan telekomunikasi sudah meningkat pesat, sehingga mengundang anggota menjadi lebih mudah untuk dilakukan. Kalau dulu, undangan dilakukan melalui undangan tertulis, sekarang bisa melalui telpon, SMS, atau WA.

Setiap anggota kelompok memiliki tujuan dan kepentingan yang sama dalam sebuah kelompok. Mereka beranggapan bahwa dengan mereka tetap terus eksisten dalam kelompok tersebut, mereka yakin dengan sebenarnya bahwa kelompok yang dimilikinya saat ini dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan yang dimiliki masing-anggota kelompok, hal itu menjadi dasar bagaimana setiap anggota kelompok tetap terus eksis dalam kelompoknya hingga saat ini. Di samping itu, meneruskan sebuah tradisi diyakini juga merupakan

faktor pendorong utama tetap kuatnya setiap anggota kelompok untuk bertahan dan mengabdi pada kelompok. (Prayoga, 2013)

Komunikasi antar kelompok dalam *Remo* merupakan awal adanya kedekatan dan rasa saling memiliki antar anggota dengan tujuan serta latar belakang yang sama. Dengan pondasi awal itulah, sebuah kelompok akan menganggap kelompok lain sebagai mitra dan bahkan sebagai bagian yang tak terpisahkan dalam sebuah *Remo*. Tidak jarang mereka akan menganggap kelompok lain sebagai keluarga sendiri meskipun sebenarnya tidak ada ikatan darah. Ini merupakan ciri dari orang Madura sebagai orang yang dikenal mudah bergaul diantara sesamanya.

Orang Madura apabila sudah kenal dan dekat dengan orang lain maka kedekatan itu akan lebih intens dibandingkan dengan orang lain yang sudah dikenal sebelumnya. Mereka terkadang akan menganggap orang Madura tersebut sebagai saudara mereka. Ini berbeda dengan orang Madura yang masih belum mengenal satu sama lain. Ada perasaan menutup diri terlebih dahulu terhadap anggota kelompok *Blater* yang lain.

Ini juga diperkuat oleh narasumber dengan penjelasannya yang menyebutkan bahwa dalam sebuah *Remo,* adanya perasaan saling menjaga antara satu dengan yang lainnya menyebabkan informasi atau berita dikelola dengan baik sehingga tidak menyebar ke sembarang orang. Biasanya, para anggota kelompok *Blater* berusaha untuk menjaga dan membangun citra diri serta citra kelompoknya terhadap kelompok yang lain dalam sebuah *Remo* dengan tujuan untuk memperoleh kewibawaan sebagai sebuah kelompok. Hal itu menjadi sangat penting dalam menunjukkan eksistensi sebuah kelompok *Blater* di masa yang akan datang. Apabila kewibawaan itu tersemat dengan baik pada sebuah kelompok, maka akan tercipta sebuah kelompok yang kuat dan "disegani" oleh kelompok lain dalam sebuah *Remo* tersebut.

Komunikasi dapat terjalin di manapun dan kapan pun. Komunikasi tersebut bisa berlangsung tanpa terencana dan kita sadari sebelumnya. Dalam kehidupan *Blater* pun juga demikian. Tidak hanya dalam sebuah *Remo* mereka dapat berkumpul bersama mengencangkan tali silaturrahmi dan persaudaraan antar sesama, tapi juga dalam sebuah kegemaran yang akan dapat mempertemukan mereka kembali.

Kode komunikasi dalam *Remo* adalah komunikasi yang bermakna khusus. *Remo* mempunyai kode tersendiri, contohnya ketika seseorang membawa senjata tetapi tidak meletakkan senjata tajam di tempatnya, maka hal itu memberikan kode yang bersangkutan seperti menantang tuan rumah. Selain itu, biasanya tamu yang datang pertama akan dicatat oleh penerima tamu, karena hal ini sebagai kode untuk dipanggil pertama oleh pembawa acara pada acara pertunjukan sandur dan biasanya sebagai penghormatan bagi yang bersangkutan. Komunitas percakapan dapat memiliki *speech code* ganda. Menurut bapak Anam salah satu pelaku *Remo*, bahwa tujuan *Remo* ini sebenarnya bermacam-macam antara lain:

a) *Remo* diadakan dengan maksud sebagai rasa syukur kepada yang Maha Kuasa dengan mengadakan pesta dan sengaja mengundang orang lain, tetangga, ataupun anggota *Blater* untuk menunjukkan kekayaan.

b) *Remo* diadakan dengan tujuan mengumpulkan uang dengan tujuan tertentu, misalnya untuk hajat menikahkan anak, dan lain-lain.

c) *Remo* diadakan dengan tujuan menutupi aib keluarga yang baru terjadi sehingga dengan diselenggarakannya *Remoh* tersebut, seolah-olah tidak terjadi sesuatu di dalam keluarga tuan rumah *Remo* tersebut.

d) *Remo* diadakan dengan tujuan kekuasaan, mengumpulkan uang, memobilisasi orang lain agar memilih tuan rumah dalam sebuah pemilihan kepala desa/klebun.

Tradisi *Remo* tidak lepas dari komunitas kelompok Blater, dimana kelompok Blater ini mempunya kode-kode tersendiri dalam percakapannya antar anggota *Blater*. Tidak setiap masyarakat paham akan kode-kode tersebut. Ada makna di balik makna. Di dalam pelaksanaaan *Remo* tersebut, setiap undangan diharuskan membawa uang untuk diberikan kepada tuan rumah (orang Madura menyebutnya sebagai *Bubuan*).

Gambar 2. kegiatan remoh saat memberi bubuan

Speech Code dalam tradisi *Remoh* sangat kuat, artinya ini menjadi ciri dan karakteristik yang kuat bagi budaya *Remoh* di Madura khususnya Madura bagian barat. Remoh tidak ditemukan di Madura bagian Timur (Pamekasan, Sumenep, dan Madura Kepulauan). Hajatan *Remoh* ini sangat kental dengan dunia laki-laki. Bahkan pada penarinya pun adalah laki-laki yang berpakaian wanita. Menurut sumber yang penulis tanyakan, ini dilakukan untuk menghindari fitnah yang berlebihan serta untuk menjaga nilai-nilai agama Islam, karena *Remo* ini biasanya diadakan pada malam hari sampai menjelang pagi.

Referensi

F. Budi Hardiman, *Etika Politik Habermas*, (Makalah), Jakarta: Salihara, 2010, Hlm. 5

Bay amirul, (2017). *Pola Komunikasi Elit Blater di Desa Bulukagung Kecamatan Klampis Kabupaten Bangkalan*, prodi Ilmu Komunikasi FISIB- Universitas Trunojoyo Madura

Degraaf, H.J & Pigeaud. (2001). *Kerajaan Islam Pertama di Jawa, Tinjauan Sejarah Politik Abad XV dan XVI*. Jakarta: Grafiti.

Liitle john. Foss, (2016). *Ensiklopedi Teori Komuikasi* (jilid 2), Kencana, Jakarta

Philipsen, G & Coutu, L, (2005). *Etnography of Speaking dalam Handbook of Language and Sosial Interaction*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Prayoga, Oktowira, (2013). *Bentuk Komunikasi Kelompok Blater* (SKRIPSI), prodi Ilmu Komunikasi FISIB- Universitas Trunojoyo Madura

Rozaki, (2004). *Menabur Kharisma Menuai Kuasa*, Pustaka Marwa (anggota IKAPI), Yogyakarta

Wiyata, Latief. (2000). *Carok, Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*. LKiS, Yogyakarta

Wiyata, Latief. (2013). *Mencari Madura.* Jakarta: Bidik Phronesis

TERJEBAK NOSTALGIA: FAKTA HISTORIS-SOSIOLOGIS YANG MENJADIKAN AREA PELABUHAN KAMAL, KECAMATAN KAMAL, KABUPATEN BANGKALAN LAYAK UNTUK DIPERTIMBANGKAN SEBAGAI DESTINASI WISATA PESISIR-URBAN KEKINIAN*

Oleh:
Bangun Sentosa D. Hariyanto

Takkan Pernah Merasa
Rasakan Cinta Yang Kau Beri
*Ku Terjebak di Ruang Nostalgia***
Nostalgia indah di area Pelabuhan Kamal pantas untuk dikenang oleh masyarakat Kamal yang berpuluh tahun menikmati kejayaan ekonomi, sosial dan romantisme yang tidak pernah putus karenanya. Hingga eksistensi Jembatan Suramadu memupus segala euphoria harapan berjenjang untuk generasi-genarasi selanjutnya dalam keluarga mereka (B.S.D.H).

***

Sebelum Jembatan Suramadu sepanjang 5.430 meter diresmikan pada 10 Juni 2009, pelabuhan penyeberangan Ujung (Surabaya) Kamal (Bangkalan) merupakan akses satu-satunya menuju pulau Madura. Tidak ada jalan lain untuk menjangkau Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep, kecuali menyeberangi selat Madura dengan menggunakan kapal-kapal Feri yang dikelola oleh ASDP (PT. Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan) dan DLU (PT. Dharma Lautan Utama). Kapal-kapal penyeberangan tersebut beroperasi 24 jam dan setiap kloter selalu dipenuhi sesak oleh penumpang, bus, truk, serta kendaraan kendaraan lain di atasnya dan berangkat pun

berlabuh di Pelabuhan Barat atau Pelabuhan Timur, dimana jarak kedua Pelabuhan tersebut sekitar 400 meter.

Suasana dinamis dan penuh semangat tercermin dari maraknya geliat perekonomian masyarakat kecil di sekitar Selat Madura sisi Madura. Pedagang asongan di atas kapal misalnya pedagang minuman siap seduh: teh, kopi, susu *sachet* dengan termos besar yang dijajakan oleh ibu-ibu khas Madura, pedagang nasi bungkus dan telor asin (telor bebek rebus) dengan wadah dijinjing di atas kepala mereka, pedagang berbagai jenis air minum dan camilan lain semacam kacang panggang dengan gula merah serta kue cucur Madura, pedagang buah-buahan siap santap termasuk salak Madura, dan beberapa pedagang lain yang lalu-lalang di sekitar *deck* penumpang hampir tiap waktu. Beberapa pengemis dan pengamen bersliweran menghibur mengais rejeki pula di antara deru angin laut, deburan ombak, keringat, dan asap pekat dari cerobong-cerobong kapal. Beberapa pedagang yang relatif mampu secara ekonomi, menyewa stand di sisi lain *deck* penumpang dengan memberikan sajian bakso, gulai Madura, lontong kupang, rujak petis Madura dan sebagainya.

Dengan membludaknya pengguna jasa kapal Feri yang menggunakan nama Trunojoyo, Poetri Koneng, Gajah Mada, dan lain-lain di area pesisir Kamal, para pengais *pesse* (uang) dari kalangan masyarakat di daratan sekitar Pelabuhan Barat memiliki peluang lain menggaet konsumen potensial di sekitar Pasar Pelabuhan Kamal. Seluruh penumpang tanpa kendaraan di arahkan untuk melewati sebuah pasar kecil untuk keluar dari area pelabuhan Barat. Bermacam assesoris khas Madura seperti *odheng*, kaos merah-putih khas Madura, *pecut*, kain batik Madura tersaji di pasar kecil tersebut.

Sepeninggalan area pasar tersebut, terdapat terminal tempat berkumpulnya angkutan angkutan umum darat kecil dan menengah (seperti beberapa kendaraan roda empat yang masyarakat sebut sebagai Colt, L300, Elf, dan sebangsanya) untuk memberikan pelayanan pengangkutan ke wilayah lain di Madura. Beberapa bus AKAP (Antar Kota Antar Provinsi) juga ada yang menurunkan serta mengangkut penumpang di terminal tersebut. Untuk penumpang dengan tujuan dekat, seperti Desa Kamal, Tanjung Jati, Gili, dan sebagainya bisa menggunakan jasa angkutan pedesaan dengan kendaraan roda empat mini dimana penumpangnya harus melewati pintu belakang

yang terbuka untuk memasukinya; hanya ada sopir dan satu penumpang di depan.

Pelabuhan Timur merupakan pelabuhan kedua yang menjadi pelabuhan utama pada tahun 2000-an karena untuk penyeberangan malam hingga dini hari, beberapa bus malam tujuan Sumenep-Jember, Sumenep-Malang, Sumenep-Banyuwangi lebih sering menyeberang melaluinya. Lokasinya agak menjorok ke pantai dengan jalan sekitar 500 meter dengan pemandangan laut di sisi kiri dan kanan. Pelabuhan Timur Kamal ini menjadi pusat dari masyarakat yang ingin bebas menikmati pemandangan *sunset* dan *sunrise* di Kamal. Bulan purnama menjadi lebih jelas dan indah jika dinikmati di Pelabuhan Timur dan menjadi lokasi favorit muda-mudi untuk menikmati kopi dan sajian malam yang dijual oleh warung-warung tradisional.

Kamal, sebagai sebuah desa di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan menjadi salah satu area yang relatif 'basah' di Kabupaten Bangkalan. Remah-remah perekonomian yang terserabut dengan leluasa benar-benar mampu mensejahterakan masyarakatnya bahkan masyarakat yang jauh dari Kamal dan sekitarnya seperti dari kecamatan Kota Bangkalan, Socah, Sukolilo, Kwanyar, bermigrasi harian ke Kamal sebagai pedagang individual dengan membuka beberapa warung kopi dan warung makan kecil hingga warung/restoran makan besar dengan omset jutaan rupiah per hari.

Suasana sekitar pelabuhan Kamal selalu ramai. Lalu lintas relatif padat. Jika malam tiba, sisi-sisi jalan terang dengan penerangan yang terpelihara. Manakala tiba Lebaran Haji (Idul Adha), antrean kendaraan roda dua dan empat meluap hingga mencapai depan kantor Kecamatan Kamal sejauh lebih kurang 4 kilometer. Ketika malam pergantian tahun 31 Desember dini hari, pelabuhan Kamal adalah pusat perayaan pesta kembang api yang megah dan didatangi oleh ratusan manusia. Kamal tidak pernah mati.

Kesunyian Pelabuhan Kamal dan Matinya Harapan

Tepat tulisan ini dibuat di akhir tahun 2017 ini, area pelabuhan Kamal yaitu sekitar pelabuhan barat dan pelabuhan timur berbanding terbalik dengan keadaan sebelum Jembatan Suramadu dioperasikan. Sebagian besar 'pelanggan' Kapal Feri beralih ke Suramadu (yang konon dibangun untuk mensejahterakan masyarakat Madura dan

nyatanya hingga 8 tahun berlalu belum terlihat hasil optimalnya) untuk menghemat waktu dan dana, sehingga ASDP dan PT. Dharma Lautan Utama yang melakukan pemutusan hubungan kerja besar-besaran hanya mengoperasikan 1-2 kapal saja untuk penyeberangan Ujung- Kamal dan Kapal terakhir beroperasi pukul 21.00 WIB. Praktis setelah jam tersebut, Pelabuhan otomatis tidak ada aktivitas. Suasana pelabuhan tidak lagi rama. Taman-taman penghijauan di sekitar pelabuhan tidak lagi asri. Jika malam hari tiba, lampu penerangan di area masuk Pelabuhan banyak yang tidak menyala, gelap gulita dan sunyi.

Sementara itu, terminal angkutan roda empat di Pelabuhan Barat tidak mampu beroperasi lagi, pasar kecil yang dulunya ramai pembeli di Pelabuhan Barat mati, dan Pelabuhan Timur tutup total. Warung-warung 'high class' banyak yang gulung tikar, hanya tersisa beberapa saja misalnya Rumah Makan Padang (yang relatif sepi pengunjung) di pintu gerbang masuk Pelabuhan Barat, Rumah Makan *Asia Dua* 10 meter di sebelah utara Rumah Makan Padang, Warung Rawon Madura di sebelah timur bekas terminal, dan hanya warung Sate Gulai Kambing Madura masih ramai dikunjungi pelanggan di pintu masuk pelabuhan Timur. Untuk mendapatkan pernak pernik Madura, hanya tersisa satu saja rumah toko di 200 meter di sebelah utara-barat pintu masuk Pelabuhan Timur, dan sedikit di area parkir Pelabuhan Barat 50 meter sebelah timur patung Karapan Sapi " Selamat Datang Di Madura" yang masih berdiri kokoh namun sayangnya sangat berdebu tidak terawat.

Warga di area Pelabuhan Kamal yang terdiri dari Dusun Kejawan, Desa Kamal, Desa Tanjung Jati dan sebagainya tidak lagi bisa berbisnis di depan depan rumah mereka. Warung kopi tradisional rumahan kini hanya tersisa 2-3 warung saja dengan beberapa konsumen tetap saja sebagai pengunjungnya. Apotik Kamal, sebagai salah satu pusat obat-obatan terbesar saat itu, akhirnya tutup. Tukang becak tradisional hanya tersisa 5-6 orang dan itu pun berubah menjadi becak motor untuk menjangkau tujuan yang lebih jauh, angkutan roda empat hanya terhitung jari dan tidak lagi menempati terminal untuk menjaring calon penumpang. Beruntung angkutan pedesaan masih punya pelanggan di Perumnas Kamal dan sekitarnya. Hanya saja penumpangnya kebanyakan siswa-siswa pada jam berangkat dan pulang

sekolah serta selebihnya pedagang di Pasar Kamal di pagi buta dan siang hari.

Menikmati matahari terbit dan terbenam, memang masih bisa dilakukan di Pelabuhan Timur. Bulan purnama juga masih bisa terlihat indah di tempat tersebut, juga ombak yang mencerminkan gugusan gugusan bintang malam hari. Akan tetapi, menyusul ditutupnya Pelabuhan Timur, banyak bangunan dibongkar (seperti toilet umum, wartel, dsb), banyak juga sampah kumuh bertumpukan, dan suasana Pelabuhan Timur sangat tidak nyaman. Warung-warung kecil di Pelabuhan Timur kini hanya bisa dihitung dengan jari, meskipun beruntungnya penikmat kesunyian Pelabuhan Timur ini tetap banyak dari kalangan mahasiswa dan muda-mudi lainnya hingga pagi menjelang.

Destinasi Wisata Nostalgia Kamal

Dengan keadaan yang dipaparkan demikian, Kamal, khususnya area sekitar pelabuhan masih menyisakan beberapa momen ingatan yang sangat banyak dan pantas untuk di kembangkan ulang sehingga mampu menjadi tujuan wisata baru bagi masyarakat penggila nostalgia kejayaan Pelabuhan Kamal.

Infrastruktur sekitar lokasi tersebut sudah sangat baik, misalnya jalan yang lebar dan beraspal. Akses sinyal telepon seluler semua operator relatif sangat baik. Listrik dan air bersih PDAM eksistensinya sangat layak. Di samping itu, ada beberapa bangunan yang bisa dimanfaatkan ulang yaitu bekas gedung gedung besar ASDP, Pasar Pelabuhan Basat dan Bekas Terminal Pelabuhan yang luas. Untuk keamanan, di dalam pelabuhan Barat masih beroperasi kantor Polisi Air (Pol-air) dan kantor Polsek Kamal masih berdiri 1 kilometer dari Pelabuhan. Masjid Kamal di utara gerbang masuk Pelabuhan Barat masih megah berdiri dan selalu berbenah. Area parkir ASDP sangat luas bisa dimanfaatkan untuk kegiatan kegiatan *outdoor* skala menengah hingga masif.

Memang merupakan tantangan yang tidak mudah untuk menjadikan area Pelabuhan Kamal sebagai tujuan wisata dewasa ini. Pemerintah daerah, Pemerintah Kecamatan dan Desa, harus memiliki komitmen yang berkesinambungan. Universitas Trunojoyo sebagai instansi multi-ilmu dan berfungsi sebagai penggerak

perubahan terletak sekitar 5 kilometer ke arah utara dari Pelabuhan Kamal, senantiasa memiliki peran strategis sebagai inisiator, konseptor, serta eksekutor rencana tersebut termasuk menjadi mediator penghubung dengan para investor swasta yang potensial seperti ASDP, Dharma Lautan Utama, BPWS, dan lain sebagainya.

Ada beberapa bentuk tempat wisata yang mampu dikembangkan saat ini di Kamal. Sebutlah beberapa model destinasi wisata pesisir dengan melakukan eksplorasi ombak, angin laut, penyewaan perahu tradisional, pemusatan budaya Madura tradisional dan urban Bangkalan di pelabuhan, ekowisata selat Madura, *view* Suramadu dari Pelabuhan, inovasi Kapal Feri untuk acara individual dan sebagainya.

Destinasi wisata yang sedang nge-tren untuk kalangan kaum urban kekinian, yaitu wisata kuliner dengan panorama pesisir pantai, perahu-perahu kecil tradisional, matahari terbit dan tenggelam, bulan purnama serta pelabuhan. Wisata kuliner ini bisa menghidupkan kembali harapan-harapan masyarakat Kamal yang sempat mati suri sehingga para wirausahawan lokal (masyarakat) di bidang kuliner khas Madura mampu kembali berdiri menjadi *supplier* berbagai jenis kuliner tersebut kepada para wisatawan. Konsep bangunan–bangunan di pinggir pantai, gazebo terapung, bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan Madura, atau dari daerah lain yang ingin menikmati suasana nostalgia di Kamal. Dan menjadikan mereka terjebak di dalamnya, di dalam ruang nostalgia.

Acknowledgement: terimakasih kepada seluruh informan dari masyarakat pesisir area Kamal Pak arif, Mbah Sahillah, Pak Saiful, Ibu Suhada, dan Mbah Yadi

*) Data-data dalam tulisan ini merupakan hasil *on-going* penelitian mulai tahun 2009, dengan metode pemilihan informan secara *accidental random sampling*, metode analisis *content* disajikan secara deskriptif kualitatif.

**) Judul Lagu: Terjebak Nostalgia, 2011, Ciptaan: Andrianto Ario Seto, Vocal: Raisa, dan OST Film Terjebak Nostalgia tahun 2016

Referensi

https://bangkalankab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/228 (diakses pada 21 Oktober 2017)

Penyeberangan Ujung Kamal Hidup Segan Mati Tak Mau. (2016). http://industri.bisnis.com/read/20160418/98/538910/penyeberangan-ujung-kamal-hidup-segan-mati-tak-mau (diakses pada 21 Oktober 2017)

PT. ASDP Kamal Sewakan Kapal untuk Acara Pernikahan. (2017) https://nasional.tempo.co/read/390840/pt-asdp-kamal-sewakan-kapal-untuk-acara-pernikahan (diakses pada 21 Oktober 2017)

Potensi Selat Madura Menunggu untuk Digali. (2016) http://travel.kompas.com/read/2016/03/15/030900227/Potensi.Selat.Madura.Menunggu.untuk.Digali (diakses pada 21 Oktober 2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Pelabuhan_Kamal (diakses pada 21 Oktober 2017).

INTEGRASI KOMUNIKASI PARIWISATA DI MADURA

Oleh:
Teguh Hidayatul Rachmad

Peran media dalam membangun citra destinasi branding pariwisata sifatnya sangat urgen, sehingga sangat penting sekali bagi departemen kehumasan pemerintah untuk bekerjasama dengan pengelola media, baik lokal, regional, nasional, bahkan internasional. Wajib hukumnya bahwa departemen humas pemerintah harus membuat media (cetak dan online) untuk mempublikasikan informasi destinasi wisata terbaru beserta aksesibilitas, akomodasi wisata dan servis yang akan diberikan kepada wisatawan yang akan datang ke destinasi pariwisata tersebut (T.H.R).

***

Permasalahan pulau Madura sangat menarik untuk diperbincangkan, dianalisis, dan diperdebatkan melalui perspektif yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan eksotisme pulau Madura dari sudut pandang budaya, religiusitas, bahasa, sumber daya alam, sumber daya manusia dan interaksi antar manusia baik dari dalam dan luar Madura, sangatlah beragam. Budaya Madura dengan keunikannya merupakan bagian dari budaya Indonesia. Berbagai macam tempat pariwisata di Madura, mulai dari pariwisata syariah, pemandangan alam, pantai, dan keunikan alam lainnya (contoh: api tak kunjung padam) dapat ditemukan di Madura.

Pulau Madura secara administratif memiliki luas 5.168 km^2 dengan populasi penduduk 3,7 juta dan berkepadatan 706 jiwa/km2.

Pulau Madura memiliki 127 pulau dengan kepulauan terluas yaitu Pulau Kangean dan Pulau Masalembu. Pulau Madura memiliki bahasa Madura sebagai bahasa daerah (detik.com). Tidak hanya itu, pulau yang terbilang banyak masalah utamanya masalah air dan kekerasan ini, ternyata tempat wisata kulinernya sangat beragam.

Anggapan tentang Pulau Madura, yang lebih dikenal karena religiusitasnya, bila dibandingkan dengan pariwisata, berdampak kepada citra pulau Madura pada masyarakat luas. Citra yang kemudian dibangun adalah citra pulau yang Islami (dikarenakan mayoritas penduduk pulau Madura beragama Islam).

Pulau Madura terdiri dari empat kabupaten, yaitu Kabupaten Bangkalan yang terletak di perbatasan antara Surabaya dengan Pulau Madura, kemudian Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan yang terakhir adalah Kabupaten Sumenep. Setiap kabupaten mempunyai karakteristik kebudayaan dan keunikan pariwisata yang beragam. Kelebihan pariwisata di masing-masing kabupaten adalah merupakan *additional value* setiap kabupaten untuk menarik para wisatawan baik lokal maupun domestik ke pulau Madura.

Objek pariwisata adalah sebuah produk, sehingga harus ditentukan *product positioning* dari setiap kabupaten. Menurut Willian dan Ferrell, *product positioning* merujuk pada berbagai keputusan dan kegiatan yang dimaksudkan untuk menciptakan dan mempertahankan konsep tertentu dari produk sebuah perusahaan dalam benak para pelanggan. Contohnya, Volvo menggunakan strategi *positioning* yang didasarkan kepada keamanan.

Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep seharusnya mempunyai *positioning* produk pariwisata yang unik dan sesuai dengan karakteristik kebudayaan dan potensi lokal di setiap kabupaten. Keempat kabupaten di pulau Madura harus mempunyai *positioning* yang berbeda dengan strategi diferensiasi produk pariwisata yang sesuai dengan segmen pasar. Market pariwisata untuk wisatawan di empat kabupaten harus terintegrasi dengan baik dan teratur, sehingga keempat kabupaten tidak akan berebut pasar, tetapi akan menarik wisatawan dari seluruh penjuru dunia untuk datang ke pulau Madura dengan destinasi wisata yang berbeda-beda dari setiap kabupaten.

Menurut Monle Lee dan Carla Johnson (2004: 100), diferensiasi produk adalah strategi persaingan lewat penciptaan perbedaan produk yang memenuhi preferensi-preferensi sebuah segmen pasar tersendiri. Dalam periklanan, tidak ada yang lebih penting daripada menginformasikan kekhasan yang menjadikan produk (dalam hal ini produk pariwisata) berbeda. Gagasan tentang persepsi konsumen sangatlah penting dalam pembedaan produk-produk, karena perbedaan antar produk dapat bersifat nyata ataupun bayangan. Perbedaan-perbedaan nyata dapat berupa ciri-ciri , harga, atau kualitas. Perbedaan-perbedaan yang diciptakan oleh persepsi biasanya didasarkan pada citra sebuah produk.

Ciri khas dan diferensiasi produk pariwisata dari masing-masing kabupaten di pulau Madura harus dipertajam dengan promosi-promosi di semua media, baik online maupun konvensional di tingkat lokal, regional, maupun nasional yang dilakukan oleh humas di masing-masing kabupaten. Peran humas di setiap kabupaten harus ditingkatkan dan dipertemukan dalam satu forum untuk menentukan *positioning* dan diferensiasi produk pariwisata di setiap kabupaten di pulau Madura.

Target utama dari produk pariwisata pulau Madura adalah mendatangkan wisatawan, baik dari Madura, luar Madura hingga wisatawan mancanegara. Integrasi pariwisata dari setiap kabupaten sangat penting untuk diwujudkan, karena akan berdampak terhadap pendapatan masyarakat dari masing-masing kabupaten (Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep). Pengembangan pariwisata sangat berkaitan langsung dengan kesejahteraan masyarakat lokal. Peran pariwisata harus sinergi antara masyarakat lokal dengan pemerintah setempat. Hal ini diperlukan untuk menghindari konflik kepengurusan produk pariwisata di masing-masing kabupaten.

Pariwisata di pulau Madura harus mempunyai model pembangunan kepariwisataan yang bertanggung jawab (*responsible tourism*). Keunikan dan kekhasan produk pariwisata pulau Madura harus dijaga dan dilestarikan oleh wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke lokasi pariwisata. Contoh: museum, makam raja dan kyai, masjid, keindahan pantai dan pulaunya dengan budaya lokalnya yang masih terjaga dari budaya modernisasi. Sifat masyarakat Madura yang ramah terhadap wisatawan harus disambut dengan baik oleh

wisatawan itu sendiri, dengan tidak beranggapan negatif terhadap masyarakat Madura.

Menurut Bambang Sunaryo (2013: 55-56), terdapat beberapa prinsip dasar yang diperjuangkan oleh model *responsible tourism*, yaitu:

1. Mendorong keuntungan ekonomi untuk masyarakat lokal dan mempertinggi ketahanan kearifan lokal, membuka akses masyarakat kepada usaha industri pariwisata.
2. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan di bidang kepariwisataan di sekitarnya yang dapat mempengaruhi kehidupan mereka
3. Menumbuhkan kontribusi untuk konservasi sumberdaya alam dan *culture heritage*, untuk memperkaya keragaman yang ada
4. Menyediakan pengalaman kunjungan wisatawan yang lebih bernilai dalam hubungannya dengan masyarakat lokal, kearifan lokal, isu-isu sosial dan lingkungan setempat.
5. Meminimalisir dampak negatif ekonomi, lingkungan, budaya dan sosial dari kegiatan kepariwisataan
6. Menumbuhkan saling menaruh respek antara wisatwan dengan tuan rumah dan membangun kebanggaan lokal serta percaya diri dari masyarakat.

Hal-hal yang menjadi prioritas bagi wisatawan *responsible tourism* adalah kesempatan untuk bisa berinteraksi lebih dekat secara bertanggung jawab dengan alam, budaya dan adat istiadat kehidupan masyarakat di destinasi dan tempat-tempat menarik yang dikunjungi.

Model *responsible tourism* harus didukung dengan publikasi di media, agar pesan dan tujuan yang disampaikan efektif ke khalayak ramai. Tugas untuk menyebarkan informasi adalah salah satu tugas dan fungsi dari humas (pemerintah maupun perusahaan). Kinerja humas sangatlah dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas bisnis pariwisata masing-masing kabupaten di pulau Madura.

Kinerja Humas untuk Meningkatkan Produktivitas Pariwisata

Setiap perusahaan atau pemerintah harus mempunyai lembaga yang mampu menjembatani kepentingan internal perusahaan atau pemerintah dengan masyarakat, *stakeholder* dan *shareholder*. Menurut

Institute of Public Relations (IPR) Inggris, pengertian humas adalah kegiatan yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan dan berlangsung secara kesinambungan untuk membina dan mempertahankan saling pengertian antara suatu organisasi dengan masyarakat. Hampir sama dengan IPR, Frank Jefkins (1992: 2) menyatakan bahwa definisi dari hubungan masyarakat merupakan segala bentuk komunikasi berencana keluar dan ke dalam antara sebuah organisasi dengan masyarakat untuk tujuan memperoleh sasaran-sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian (*mutual understanding*).

Sesuai dengan definisi humas di atas, maka peran humas di suatu organisasi atau institusi menjadi sangat penting. Pemerintah kabupaten di Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep harus mempunyai departemen kehumasan yang mempunyai hak otonomi yang tinggi untuk mengurusi kepariwisataan di setiap kabupaten. Humas apabila mempunyai hak otonomi untuk mengurusi dan bertanggung jawab terhadap publikasi pariwisata, dampaknya akan positif ke pemerintah kabupaten setempat dan masyaratkat di lingkungan sekitar pariwisata.

Peningkatan kinerja kehumasan harus berdasarkan atas program kerja kehumasan di setiap kabupaten. Humas harus mempunyai produk riil untuk menunjang program kerja yang mempunyai tujuan peningkatan pariwisata. Beberapa contoh program kerja kehumasan sesuai yang ditulis oleh Mike Beard (2004: 37-52) dapat dilihat sebagai berikut:

Periklanan dan advertorial. Iklan dapat menjadi alat komunikasi yang berharga dalam sebuah program humas terpadu. Iklan dapat digunakan untuk memperkuat pesan-pesan yang akan disampaikan, atau menjadi andalan dalam situasi dimana iklan memang merupakan satu-satunya cara yang diyakini dapat menyampaikan pesan dengan tepat kepada target khalayak. Demikian juga, iklan dapat menyediakan materi referensi yang pasti dalam suatu jurnal catatan atau buku petunjuk.

Pemilihan media dalam periklanan harus dirapatkan dan ditentukan oleh tim humas. Begitu juga dengan konsep advertorial yang akan dicetak atau ditayangkan di media cetak atau elektronik.

Media menentukan khalayak, jadi pemilihan media harus sesuai dengan target khalayak yang akan menjadi tujuan pariwisata dalam setiap kabupaten di Pulau Madura. Konsep iklan dan pemilihan media oleh humas di setiap kabupaten di pulau Madura, lebih baik berbeda. Hal ini bertujuan agar target wisatawan beragam dari lapisan masyarakat, sehingga dapat terintegrasi antara pariwisata di satu kabupaten dengan kabupaten lainnya.

Produksi audio visual. Penggunaan produksi audiovisual dalam humas sangat bervariasi, yakni mulai dari pembicara yang mendukung slide hingga film korporasi yang mahal, video dan presentasi multimedia. Aturan pertama menyangkut slide adalah meminimalkan jumlah kata dan kerumitan ilustrasi. Kebanyakan pembicara terlalu banyak menyusun materi dalam slidenya sehingga justru menjemukan atau sulit dipahami. Slide akan mempunyai nilai lebih jika seluruh presentasi dibuat dengan standar yang sama dan dapat digabungkan bersama-sama pada penggunaan mendatang. Dengan demikian perlu memasukkan desain standar dalam manual komunikasi.

Pembicara dalam pembuatan audio visual, baik berupa film dokumenter, company profile, presentasi interaktif dan slide multimedia harus sesuai dengan tupoksi dari institusi pemerintah setempat, misalnya: bupati yang dimintai argumen untuk menjelaskan nilai lebih tempat pariwisata di tempatnya dibandingkan dengan tempat lainnya. Tokoh masyarakat di kabupaten setempat yang dijadikan panutan oleh khalayak ramai. Artis atau duta pariwisata Bangkalan, Sampang, Pamekasan, serta Sumenep yang memberikan beberapa pendapat tentang potensi tempat pariwisata yang ada di kabupatennya masing-masing.

Brosur. Pemerintah kabupaten membutuhkan brosur korporasi atau jenis-jenis publikasi khusus lain. Sebelum memulai proses produksi, humas memerlukan catatan yang menguraikan tujuan publikasi, khalayak, parameter-parameter kreatif, antisipasi masa pajang/edar, batasan-batasan identitas korporasi, anggaran dan faktor-faktor lain yang memungkinkan pemihan pemasok terpilih memenuhi keinginan humas.

Konten brosur harus dirapatkan dulu di internal humas, agar pesan yang disampaikan ke khalayak ramai efektif dan tepat sasaran. Desain brosur harus ditentukan dan dipilih oleh team kreatif di bagian internal kehumasan pemerintah. Bentuk desain harus *out of the box* atau dibilang tidak pasaran dan tidak umum. Hal ini bertujuan agar brosur tidak dibuang langsung oleh masyarakat atau malah dijadikan bungkus kacang. Kesan pertama masyarakat ditentukan oleh bentuk brosur yang menarik dan pemilihan warna yang mencolok dan enak dipandang mata. Pemilihan bentuk brosur, warna dan jenis kertas di brosur akan mengurangi tingkat ketidak pedulian masyarakat akan brosur yang nantinya disebar oleh humas pemerintah kabupaten setempat.

Identitas korporasi. Terlepas dari besar atau kecilnya pemerintah kabupaten, senantiasa memerlukan dokumen atau manual yang mendefinisikan tipografi dan representasi grafis menyangkut nama, logo dan identifikasi visual organisasi lainnya. Hal ini harus diperkuat oleh sebuah manual yang menggambarkan bagaimana identitas tersebut diterapkan pada segala sesuatu yang digunakan oleh humas pemerintah (mulai dari alat tulis menulis, kemasan produk hingga bangunan dan kendaraan. Subyek ini dapat diperluas hingga satu bab atau satu buku sendiri untuk dibahas. Tugas-tugas utamanya adalah untuk memastikan bahwa humas pemerintah dibekali satu paket aturan praktis yang didukung oleh manajemen senior dan dikomunikasikan ke seluruh unit atau bagian organisasi kehumasan, sehingga setiap orang paham kemana harus meminta bimbingan atau menyampaiakan keluhan.

Buku tentang identitas korporasi mirip dengan buku tentang *Standard Operational Procedure* (SOP) suatu institusi. Buku tersebut menjelaskan tentang tujuan, visi dan misi humas pemerintah dan beberapa departemen didalam organisasi kehumasan di pemerintah kabupaten setempat. Buku tersebut harus diperbanyak dan diletakkan di meja tamu atau ruang tunggu bupati.Tujuannya untuk menjelaskan ke khalayak ramai bagaiamana peraturan pemerintah kabupaten setempat berjalan sesuai dengan keputusan-keputusan yang dibuat oleh bupati dan pejabat setempat.

Pameran dan pajangan. Keikutsertaan pada sebuah pameran besar dapat demikian mahal sehingga pastikanlah bahwa pemerintah

kabupaten memang perlu mengeluarkan dana tersebut dan tidak akan mendapatkan manfaat tersebut dari pameran lain, apalagi dari sekedar pembagian brosur tanpa pendirian stand. Beberapa alasan mengikuti pameran antara lain : peluncuran jasa atau produk; pemantapan posisi pada pasar baru; mendemosntrasikan komitmen pada industri pasar; memperbaiki kontak dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan; membangkitkan kepedulian dan memperoleh liputan media.

Humas pemerintah seharusnya rutin mengikuti acara pameran pariwisata, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta. Pameran pariwisata biasanya diselenggarkan di *convention hall* atau di hotel. Banyak *stakeholder, shareholder* maupun media massa yang datang untuk meliput acara tersebut. Moment inilah yang ditunggu-tunggu oleh humas pemerintah untuk mempublikasikan tempat pariwisata yang bagus di pulau Madura.

Majalah, siaran berita dan buletin. Majalah perusahaan, lembaran siaran berita (*newsletter*) dan buletin bisa menjadi elemen berguna dalam program komunikasi kehumasan. Humas pemerintah perlu memastikan bahwa tujuan publikasi semacam ini dan pula kebijakan editorialnya didefinisikan dengan jelas. Nilai publikasi terhadap proses komunikasi internal humas tergantung pada struktur organisasi, akses yang dimiliki karyawan ke berita humas di internet dan efisiensi dari sistem pengarahan bertingkat internal humas pemerintah.

Salah satu produk humas adalah majalah, *newsletter,* dan buletin yang diterbitkan secara berkala dan insidental atau momentum (khusus untuk *newsletter*). Penerbitan majalah dan bulletin kehumasan adalah salah satu bukti capaian yang sudah dan akan dilakukan oleh departemen kehumasan dalam pemerintah kabupaten di pulau Madura. Rekam jejak program kerja dari departemen kehumasan di pemerintah kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep juga bisa di masukkan ke dalam majalah dan buletin humas, yang nantinya akan disebarkan ke stakaeholder humas pemerintah kabupaten.

Cindera mata dan hadiah. Konsep pemberian hadiah-hadiah bisnis sekarang ini umumnya tidak diminati lagi, tapi ada saat-saat dimana cinderamata kecil pada acara tentu dipandang sangat tepat.

Hadiah kecil seperti ini bisa diberikan pada saat penyelesaian proyek besar oleh suatu perusahaan atau pemerintah kabupaten, pembukaan suatu destinasi pariwisata yang baru, perayaan *anniversary* salah satu departemen di pemerintah kabupaten. Banyak organisasi menyimpan sejumlah kecil barang-barang terpakai berharga murah seperti pena dan payung golf untuk diberikan kepada tamu atau dibagikan ke acara-acara rutin. Umumnya ini bisa menampilkan logo atau nama perusahaan dengan mencolok tanpa menyinggung perasaan penerimanya.

Bentuk pemberian hadiah dan cinderamata juga dapat mempererat kerjasama dengan institusi atau perusahaan lainnya semakin kuat dan bagus, sehingga nanti dapat menjalin kerjsama lagi di event-event tertentu. Hadiah dan cinderamata juga merupakan representasi dari identitas pemerintah kabupaten setempat, misalnya cinderamata karapan sapi dan clurit yang merupakan budaya asli dari masyarakat Madura.

Fotografi. Memotret orang, acara ataupun fasilitas tertentu membutuhkan keahlian yang berbeda-beda. Fotografi untuk brosur berbeda dari fotografi untuk berita. Humas pemerintah perlu menjajaki hubungan kerjasama dengan beberapa fotografer yang memilih beragam bakat dan dapat diapnggil sewaktu-waktu bila diperlukan akan bermanfaat pula kalau departemen humas memiliki kamera sendiri yang bisa humas gunakan untuk mengambil gambar pada acara-acara yang lebih kecil dan pada saat-saat tim humas mengadakan peninjauan keliling di destinasi pariwisata.

Hasil foto dari fotografer membutuhkan manipulasi citra untuk memunculkan efek tertentu, sehingga menimbulkan efek dramatis yang dapat menunjang isi berita atau tulisan di majalah yang akan dibuat oleh departemen humas pemerintah. Foto pemandangan alam, publik figur, masyarakat Madura, budaya dan tempat-tempat bersejarah harus membutuhkan sentuhan editing atau manipulasi citra untuk menambah kesan bagus dan menarik, jika dilihat oleh khalayak ramai.

Presentasi, konferensi, dan seminar. Presentasi tim departemen humas pemerintah dihadapan investor dan stakeholder adalah salah satu alat komunikasi yang paling berharga. Siapkan dan latihlah

kemampuan presentasi dengan baik, serta sepakati sebelumnya arahan pertanyaan dan jawaban dan siapa yang harus menjawab pertanyaan

Pergunakan sarana bantu visual seperti slide, rangkaian bagan atau transparansi dapat dilakukan untuk mempresentasikan konten pariwisata. Namun video panjang atau presentasi audiovisual saat berpresentasi di depan investor dan *stakeholder* biasanya dihindari. Apabila para peserta mengetahui hanya sedikit tentang pemerintah kabupaten setempat, mulailah dengan tampilan audiovisual faktual dan ringkas menyangkut posisi pemerintah kabupaten sebenarnya. Usahakan pengantar formal ini sesingkat mungkin dan seimbang dengan uraian inti pemerintah kabupaten setempat.

Humas pemerintah perlu mempertimbangkan apakah cara terbaik penyampaian pesan adalah dengan mengorganisasikan sendiri ataukah mensponsori saja suatu konferensi atau seminar. Biasanya hal ini akan melibatkan pembicara eksternal yang bisa memberi informasi tambahan dari yang humas pemerintah berikan kepada khalayak. Cara ini bisa menarik pengunjung lebih banyak dan membangun reputasi pemerintah kabupaten sebagai yang teratas di bidang publikasi pariwisata.

Riset. Humas pemerintah kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan atau Sumenep harus memanfaatkan riset pasar dan survey opini sebagai bagian dari proses evaluasi berkelanjutan yang syarat-syarat kelayakannya akan terus meningkat dari waktu ke waktu. Terdapat banyak studi jangka panjang yang memungkinkan humas pemerintah memonitor posisi kehumasan secara konsisten.

Di saat kebutuhan informasi humas pemerintah menjadi lebih spesifik, maka harus dijelaskan secara lengkap kedalam suatu dokumen arahan yang menerangkan apa yang ingin dicapai dan mintalah beberapa perusahaan riset untuk meresponnya dengan proposal. Kegiatan merancang kuesioner dan prosedur sampling adalah bidang yang membutuhkan keahlian tinggi, maka mintalah saran dari para profesional.

Pemberian sponsor dan penghargaan. Kegiatan pemberian sponsor sangat bervariasi, mulai dari pencantuman nama organisasi pada suatu acara yang diliput oleh media hingga mencantumkannya

pada kaos tim olahraga setempat. Mengorganisasikan dan mensponsori program-program penghargaan dapat menguntungkan. Akan bermanfaat mensponsori program penghargaan sendiri jika itu benar-benar dapat memantabkan kredibilitas dalam sektor publikasi kehumasan.

Di sisi lain mungkin akan lebih realistis bila humas pemerintah kabupaten menjalin hubungan dengan sebuah perusahaan publikasi terkemuka, badan professional atau asosiasi dagang. Mensponsori satu dari sejumlah acara penghargaan pada acara pihak lain hanya bermanfaat jika humas pemerintah dapat memanfaatkan nilainya dengan harga yang masuk akal. Namun harap hati-hati, karena jika ternyata hasilnya tidak sepadan, bisa jadi membuat humas pemerintah tidak menerima penghargaan dari organisasi kehumasan atau pariwisata sendiri.

Situs web. Situs web adalah salah satu elemen terpenting dan berbiaya efektif dalam program komunikasi kehumasan. Humas pemerintah kabupaten perlu mengaturnya sedemikian rupa sehingga menarik target khalayak. Pemeliharaan dibutuhkan untuk mencegah banjirnya permintaan dari kelompok-kelompok yang tidak berkepentingan dari seluruh dunia. Tidaklah menjadi soal, jika kelompok-kelompok ini hanya sekedar melihat-lihat halaman web korporasi kehumasan selama tidak memberi respon berupa permintaan ini dan itu. Informasi pada situs humas pemerintah kabupaten haruslah konsisten dengan media lain dan tetap diperbaharui. Kalau humas pemerintah rajin mengumpulkan materi dari sumber-sumber standar seperti berita pengumuman, laporan tahunan atau majalah tentang destinasi pariwisata di kabupaten setempat, maka beban tugas tersebut akan banyak berkurang.

Informasi dari website yang dikelola langsung oleh humas pemerintah kabupaten yang mempunyai konten berita tentang semua pemberitahuan terbaru dari kabupaten masing-masing, termasuk tentang sumberdaya alam dan manusia, kebudayaan dan pariwisata. Semakin detail pemberitahuan berita yang dipasang di website, dapat mendatangkan banyak netizen dan berdampak terhadap jumlah wisatawan yang dating ke kabupaten setempat. Wisatawan yang datang dapat dibedakan menurut para ahli tourism, sehingga tuan rumah (dalam hal ini masyarakat lokal dan pemerintah

kabupaten setempat) dapat memberikan pelayanan sesuai dengan target market yang dituju. Sub-bab selanjutnya akan membahas tentang industri pariwisata dengan berbagai macam dan ciri khas wisatawan-wisatawan yang ada di seluruh dunia.

Target Wisatawan Pulau Madura

Produk pariwisata di setiap kabupaten di pulau Madura akan menjadi terkenal dan mendatangkan para wistawan baik lokal maupun domestik, jika pesan dan informasi sudah tersebar di semua media, baik online maupun offline. Destinasi pariwisata akan menjadi industrialisasi yang mendatangkan pendapatan bagi masyarakat setempat dan devisa bagi pemerintah kabupaten. Pariwisata yang ada di pulau Madura berpotensi untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal. Konsep industri pariwisata tidak selamanya negatif, kalau masyarakat lokal dan pemerintah kabupaten setempat dapat memanfaatkannya dengan sangat baik.

Definisi mengenai usaha, pengusaha, dan industri pariwisata khususnya yang terkait dengan pembangunan kepariwisataan seperti yang terkandung dalam mandate pembangunan indutri pariwisata yang ada dalam UU No. 10 th 2009, tentang kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1) Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata
2) Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata
3) Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatwan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Pengertian kelembagaan industri pariwisata seperti yang telah dijelaskan oleh UU tentang kepariwisataan tersebutlah yang merupakan mitra kerja yang diharapkan bersinergi dengan pihak pemerintah dan pemerintah daerah serta masyarakat yang terkait dengan kepariwisataan setempat untuk menyelenggarakan pembangunan kepariwisataan di Indonesia, khususnya di pulau Madura.

Percepatan pembangunan dengan disertai publikasi pariwisata di pulau Madura akan mendatangkan wisatawan dari Madura, luar Madura, bahkan luar negeri. Wisatawan mempunyai definisi orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang "lain" (Smith, 1977). Pemahaman akan wisatawan tidak hanya sebagai orang yang berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain, namun juga ada motivasi setiap wisatawan yang berbeda. Bentuk interaksi komunikasi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, *guide*, sesama wisatwan di suatu destinasi wisata juga beragam. Hal inilah yang menjadi dasar, kategorisasi wisatawan-wisatawan menurut para ahli di bidang *tourism*.

Salah satu ahli *tourism* memandang bahwa tipologi-tipologi wisatawan dapat dikelompokkan atas dasar dua, yaitu atas dasar interaksi (*interactional type*) dan atas dasar kognitif-normatif (*cognitive-normative models*). Pada tipologi atas dasar interaksi, penekanannya adalah sifat-sifat interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sedangkan tipologi atas dasar kognitif-normatif lebih menekankan pada motivasi yang melatarbelakangi perjalanan (Murphy: 1985). Berbeda dengan Cohen (1972: 164-182), yang mengkategorisasikan wisatawan dengan pendekatan interaksi. Cohen mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Atas dasar ini wisatawan dibedakan menjadi empat, yaitu :

1. *Drifter*, wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil. Contoh: Sekelompok mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura akan berwisata di pulau Giliyang, dimana kelompok mahasiswa tersebut sama sekali belum pernah ke pulau Giliyang untuk menikkmati oksigen terbaik nomor dua di dunia yang terletak di kabupaten Sumenep-Madura.
2. Eksplorer, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum (*off the beaten track*). Wisatawan yang seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi. Contoh:

beberapa dosen ilmu komunikasi Universitas Trunojoyo Madura melakukan perjalanan wisata ke pulau Sapudi yang jarang didatangi oleh wisatawan di seluruh penjuru dunia. Pulau Sapudi adalah pulau yang termasuk di Kabupaten Sumenep. Pulau Sapudi jarang didatangi oleh wisatawan, Karena jaraknya yang terlalu jauh dan lama perjalanan lumayan lama.

3. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal. Contoh: salah satu dosen Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura melakukan perjalanan wisata ke pulau Gili Labak di Sumenep dengan menggunakan jasa Sumenep Tour & Travel. Pulau Gili Labak adalah destinasi pariwisata di Sumenep yang terkenal dengan pasir dan terumbu karangnya, sehigga banyak wisatawan lokal dan domestik yang datang ke pulau tersebut.
4. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya di tempat tinggalnya, dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata. Wisatawan seperti ini sangat terkungkung oleh apa yang disebut sebagai *environmental bubble*. Contoh: rombongan senat FISIB-UTM hendak berkunjung ke Yogyakarta dengan kerjasama dengan pihak Yogya Tour & Travel. Semua fasilitas travelling sesuai dengan request dari rombongan senat FISIB, sehingga semua perjalanan wisata ke Yogyakarta akan ditemani oleh pihak travel.

Tipe *drifter* dan *explorer* termasuk ke dalam *non-institutionalized traveler*, sedangkan tipe *individual* dan *organized mass tourist* termasuk dalam *institutionalized traveler.* Dalam pendekatan *cognitive-normative*, motivasi yang melatarbelakangi perjalanan wisata menjadi fokus utama. Atas dasar ini, Plog (1972: 13-16) mengembangkan tipologi wisatawan sebagai berikut:

1. *Allocentric*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan (adventure), dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat lokal. Contoh: beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi pergi ke pulau Mandangin-Sampang dengan perbekalan yang seadanya.

Motivasi berwisata untuk melihat kehidupan masyarakat pulau Mandangin. Secara otomatis, mahasiswa tersebut akan menginap di rumah penduduk lokal pulau Mandangin dengan menu makanan yang biasa di makan oleh penduduk lokal Mandangin.

2. *Psychocentric*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah mempunyai fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya sendiri. Wisatawan tersebut melakukan perjalanan wisata dengan program yang pasti dan memanfaatkan fasilitas dengan standard internasional. Contoh: seorang wisatawan mancangera pergi ke pulau dewata Bali dengan menggunakan jasa Bali Tour & Travel dengan segala fasilitas kelas dunia, sehingga pelayanan yang akan diterima oleh wisatawan mancanegara tersebut hampir sama dengan pengalaman yang ada di negaranya.
3. *Mid-centric,* terletak diantara *allocentric* dan *psychocentric.* Contoh: wisatawan lokal Surabaya hendak pergi berwisata ke pulau Sapeken Sumenep. Wisatawan tersebut tidak menggunakan jasa Tour&Travel, namun persiapannya sudah maksimal dengan cara *searching* di internet untuk penginapan kelas *standart* (*booking* hotel bintang 3 dan tidak bermalam di rumah penduduk lokal) dan transportasi yang tidak begitu jelek (menggunakan bus, bukan mobil pedesaan).

Kategorisasi wisatawan menurut beberapa tokoh ahli di bidang *tourism* di atas merupakan generalisasi dari mayoritas destinasi wisata di seluruh dunia. Destinasi wisata pulau Madura, memiliki karakteristik penduduk yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi dengan atribut-atribut kebudayaan yang ada di dalamnya, misalkan: pondok pesantren, masjid, surau, dan kerajaan-kerajaan yang beraliran Islami, seperti: di kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep (Teguh H. Rachmad, 2016: 1). Cohen (1979: 19-35), dalam tulisannya membedakan wisatawan ke dalam kelompok: *modern pilgrimage* (ziarah modern) dan *search for pleasure* (mencari kesenangan). Dalam hal ini Cohen memandang bahwa *centre* bagi seseorang dapat berupa *spiritual centre* maupun *cultural centre,* dimana orang tersebut mencari "makna". Makna ini tidak dapat ditemukan di rumah, melainkan di dalam perjalanan. Atas dasar fenomenologi ini, Cohen membedakan wisatawan menjadi antara lain sebagai berikut :

1. *Existensial*, yaitu wisatawan yang meninggalkan kehidupan sehari-hari dan mencari "pelarian" untuk mengembangkan kebutuhan spiritual. Wisatawan tersebut bergabung secara intensif dengan masyarakat lokal.
2. *Experimental*, yaitu wisatawan yang mencari gaya hidup yang berbeda dengan yang selama ini dijalani, dengan cara mengikuti pola hidup masyarakat yag dikunjungi. Wisatawan seperti ini secara langsung terasimilasi ke dalam kehidupan masyarakat lokal.
3. *Experiential*, yaitu wisatawan yang mencari makna pada kehidupan masyarakat lokal, dan menikmati keaslian kehidupan lokal/ tradsional.
4. *Diversionary*, yaitu wisatawan yag mencari pelarian dari kehidupan rutin yang membosankan. Wisatawan tersebut mencari fasilitas rekreasi dan memerlukan fasilitas yang berstandar internasional.
5. *Recreational*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sebagai bagian dari usaha menghibur diri atau relaksasi, untuk memulihkan kembali semangat (fisik dan mentalnya). Wisatawan tersebut mencari lingkungan yang menyenangkan, umumnya tidak mementingkan keaslian.
6. Wisatawan *existensial*, *experimental*, dan *experiential* termasuk ke dalam *modern pilgrimage*, sedangkan *diversionary* dan *recreational* termasuk ke dalam tipe *search for pleasure*.

Definisi dan klasifikasi wisatawan di atas adalah sesuai dengan pendapat dari ahli tourism masing-masing. Tidak ada definisi yang salah dari pendapat ahli di atas, yang harus dilakukan adalah menyesuaikan dengan topik permsalahan dari studi kasus yang dibahas.

Pulau Madura dengan industri pariwisata yang mulai berkembang, memunculkan agen-agen travel dan perjalanan wisata. Sangat tepat jika wisatawaan pulau Madura dibedakan menjadi dua, yaitu; *non-institutionalized traveler* dan *institutionalized traveler.* Pemilihan wisatawan yang dibedakan menjadi dua menurut Cohen mempunyai alasan lebih general untuk mengkategorisasikan wisatwan yang datang dari luar Madura, sehingga banyak wisatawan yang dapat dianalisis secara terperinci jika datang dan berkunjung ke pulau Madura.

Pengembangan industri pariwisata sangat membutuhkan strategi khusus yang tepat sasaran ke target konsumennya, sehingga destinasi pariwisata di pulau Madura tidak seperti tempat yang tidak ada pengunjungnya. Empat kabupaten harus mempunyai visi dan misi yang sama, yaitu memajukan pariwisata di pulau Madura dengan cara strategi integrasi dari destinasi pariwisata yang ada di Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep.

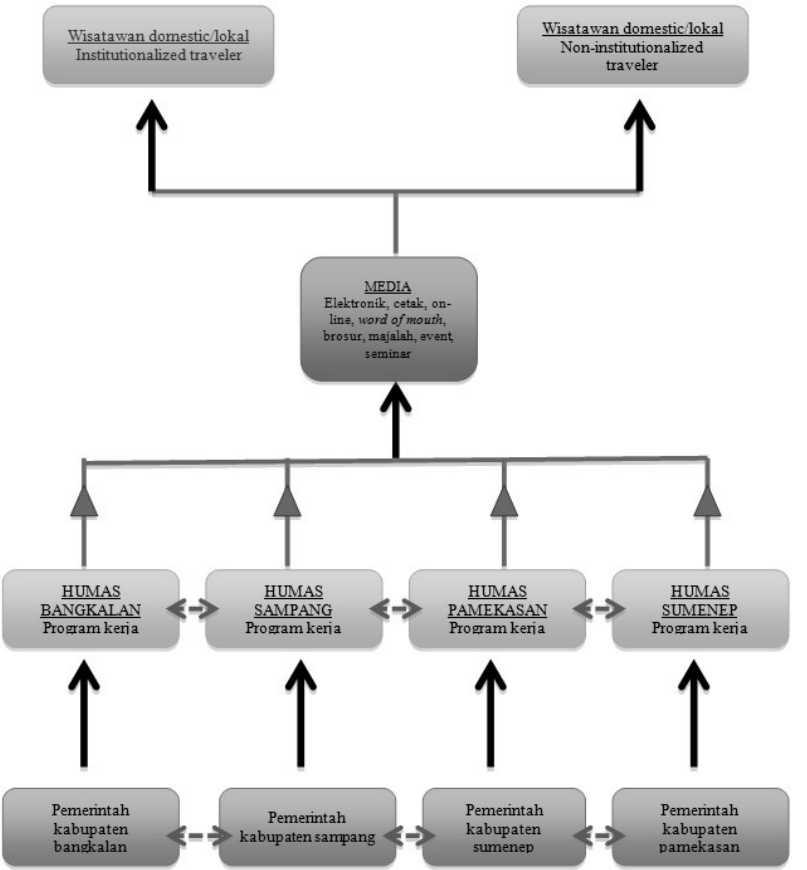
Strategi Integrasi Pariwisata Pulau Madura

Setiap kabupaten di pulau Madura harus bekerjsama dalam mengembangkan pariwisata di kabupatennya masing-masing. Dinas-dinas yang ada di dalamnya harus mempunyai *spirit, passion, planning*, dan *action* yang sesuai dengan *roadmap* pengembangan pariwisata di kabupaten tersebut. Keberadaan dinas yang ada di Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep sangat mempunyai peran yang sangat penting sekali, contohnya; Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, mempunyai tugas untuk merancang daya tarik destinasi wisata, Dinas Pekerjaan Umum memiliki tugas untuk melihat aksesibilitas dan akomodasi destinasi pariwisata di kepulauan atau di kabupaten setempat, Ada masih banyak lagi dinas-dinas terkait yang mempunyai fungsi yang tidak kalah penting dari dua dinas yang sudah dicontohkan di atas seperti dinas infokom, dinas pemuda adan olahraga, dinas sosial yang memiliki peran sebagai *supporting efforts.*

Destinasi wisata yang ada di kabupaten pulau Madura harus mempunyai citra atau *image* yang berbeda-beda dari setiap kabupaten. Hal ini menjadi sangat penting sebagai bagian mempromosikan identitas destinasi wisata. Ini tentu saja menjadi tugas penting bagi humas pemerintah kabupaten. Pencitraan (*image building*) sebuah destinasi merupakan bagian dari *positioning* untuk membantu wisatawan dalam rangka mengetahui perbedaan yang sebenarnya antara suatu destinasi dengan destinasi pesaingnya.

Destination branding pada dasarnya merupakan proses kegiatan untuk menunjukkan suatu produk dari suatu destinasi tertentu yang mempunyai keunikan yang dilihat serta dinilai dari perspektif pasar atau wisatawan sesuai dayat tarik yang dipersepsikan terhadap produk pariwisata tersebut. Gambar 1 berikut memperlihatkan

bagaimana strategi pengembangan pariwisata di pulau Madura dengan integrasi komunikasi pariwisata dengan empat kabupaten di pulau Madura, yaitu; Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Ujung tombak dalam hal peyusunaan konsep pemikiran dalam rangka menciptakan, mengembangkan dan mengkomunikasin citra destinasi pariwisata adalah tim humas di setiap daerah kabupaten setempat.



Gambar 1. Integrasi Komunikasi Pariwisata Pulau Madura

Sumber: Teguh Hidayatul Rachmad

Gambar 1 di atas menunjukkan integrasi komunikasi pariwisata pulau Madura dengan menggunakan empat tahapan untuk mencapai target konsumen dari produk pariwisata. Tahap pertama yang harus dilakukan adalah koordinasi dan konsolidasi antara empat kabupaten di pulau Madura, yaitu; Bangkalan, Sampang, Pamekasan,

dan Sumenep. Tidak hanya pemerintah kabupaten saja yang melakukan koordinasi, namun harus ke semua dinas-dinas yang ada di pemerintah kabupaten tersebut. Jaringan komunikasi antardinas-dinas terkait antara keempat kabupaten tersebut adalah *goals* dari koordinasi dan konsolidasi untuk mengembagkan destinasi pariwisata di pulau Madura.

Tahap kedua adalah penentuan citra destinasi pariwisata dari masing-masing pemerintah kabupaten yang ada di pulau Madura. *Pioneer* yang menentukan dan merumuskan citra adalah departemen kehumasan pemerintah kabupaten dengan koordinasi pimpinan kabupaten (dalam hal ini bupati) dan dinas kebudayaan dan pariwisata.

Citra atau *image* yang tepat untuk pemerintah Kabupaten Bangkalan adalah destinasi pariwisata kuliner. *Positioning* Bangkalan yang terkenal adalah makanan khasnya, yaitu bebek. Banyak sekali jenis kuliner bebek di Bangkalan, mulai dari; Bebek Sinjay, Bebek Songkem, Bebek Suramadu, dan masih banyak aneka bebek di kabupaten Bangkalan. Ternyata tidak hanya bebek, wisata kuliner yang tekenal di Bangkalan, yaitu: Nasi Serpang (makanan khas Bangkalan), Nasi Pocong (nasi yang dijual di desa pocong), dan makanan rujak soto, soto rujak, serta masih banyak lagi kuliner-kuliner yang ada di Bangkalan. Potensi wisata kuliner akhir-akhir ini sangat tinggi peminatnya, sehingga harus di optimalkan untuk mempublikasikan citra wisata kuliner di Madura.

Sampang adalah kabupaten dengan keragaman alam yang cukup bervariasi. Kondisi alam yang alami membuat Sampang menjadi kabupaten dengan citra wisata alam. Beberapa destinasi wisata alam di kabupaten Sampang; Pantai Wisata Camplong, Pantai Wisata Nepa, Air Terjun Toroan, Goa Lebar Sampang, Hutan Kera Nepa, dan Bukit Masegit. Wisatawan dengan karakteristik *search for pleasure* dapat menginap dan bermalam di hotel kabupaten Sampang, yaitu; Hotel Bahagia, Hotel Panglima, Camplong Hotel, dan Hotel Rahmat. Keempat hotel tersebut dapat di gunakan untuk singgah kemudian melanjutkan perjalanan wisata lagi ke destinasi wisata yang ada di Sampang. Wisata alam di Sampang hampir sangat unik dan tidak ada di kota-kota lain yang ada di Indonesia, goa dan air terjun yang terbentuk secara alami dengan karakteristik budaya lokal,

dapat menarik wisatawan untuk melihat budaya lokal di wisata alam masing-masing.

Kabupaten pamekasan mempromosikan slogannya yang terkenal yaitu kota gerbang salam (Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami). *Tagline* Kabupaten Pamekasan diletakkan di pintu gerbang masuk Pamekasan. Terlihat jelas bahwa Kabupaten Pamekasan menginginkan kota-nya menjadi kota yang Islami atau religius. Konsep Gerbang Salam ditunjang produk pariwisata yang religius, seperti; Wisata Religi Panembahan Ronggo Sukowati, Pesarean Batu Ampar, Wisata Religi Masjid Asy-Syuhada, dan Obyek Wisata Religi Vihara Avalokitesvara. Citra yang terbangun secara otomatis untuk destinasi branding Kabupaten Pamekasan adalah wisata religi. Ada yang menarik di Kabupaten Pamekasan mengenai Obyek Wisata Religi Vihara Avalokitesvara, yaitu; di dalam vihara (tempat peribadatan umat Tionghoa) terdapat tempat peribadatan umat Islam (mushola) dan juga pura (tempat peribadatan umat Hindu). Vihara tersebut merepresentasikan bahwa Kabupaten pamekasan sebagai kota yang sangat toleransi antar umat beragama. Banyak juga yang datang wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat religi yang ada di Kabupaten Pamekasan. Hal ini menambah *image* atau citra bahwa Kabupaten Pamekasan *positioning*-nya sebagai kabupaten dengan wisata religi di pulau Madura.

Visit Sumenep 2018 adalah program Kabupaten Sumenep untuk meningkatkan, dan menambah jumlah wisatawan domestik dan lokal yang berkunjung ke tempat-tempat wisata di Sumenep. Semua dinas terkait bekerjsama untuk menyiapkan produk pariwisata dengan layanan, aksesibilitas dan akomodasi pariwisata yang tidak engecewakan bagi wisatwan. Destinasi pariwisata di Sumenep sebagian besar ada di kepulauan-kepulauan. Beberapa di antaranya; Pulau Sapudi, Pulau Giliyang, Pulau Gili Labak, Pulau Kangean, Pulau Sapeken, dan beberapa pulau lain yang tidak kalah indahnya panorama pemandangan laut dan pantainya. Humas pemerintah Kabupaten Sumenep seharusnya menetapkan citra wisata yang ada di Sumenep menjadi citra wisata kepulauan. Fokus kepada *positioning* adalah salah satu strategi komunikasi pariwisata yang harus diutamakan. Jangan terlalu banyak citra yang diambil, karena akan mengurangi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dari produk

pariwisata itu sendiri. 2018 adalah tahunnya kabupaten Sumenep membuktikan bagaimana kematangan persiapan destinasi pariwisata yang ada di kabupaten Sumenep dengan kepulauan-kepulauan terindahnya.

Citra yang ada di empat kabupaten pulau Madura sudah dijelaskan di atas, sehingga langkah selanjutnya yang harus dibuat adalah membuat program perjalanan wisata pulau Madura dengan destinasi di Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Agen *tour* dan *travel* yang ada di pulau Madura tidak hanya mempromosikan kabupatennya saja, namun juga destinasi wisata yang ada di pulau Madura. Konvensi *agen tour* dan *travel* di pulau Madura harus merujuk pada komitmen akan program destinasi wisata secara keseluruhan di empat kabupaten pulau Madura dengan menjalin kerjasama (MOU) dengan humas-humas yang ada di empat kabupaten. Koordiansi antara humas, agen *tour* dan *travel*, masyarakat lokal, dan dinas terkait di pemerintah kabupaten setempat membentuk satu perjalanan wisata 3 hari 2 malam menjelajah pulau Madura. Ini adalah salah satu bentuk kerjasama antar empat kabupaten di pulau Madura, dengan perjalanan wisata melalui empat citra di pulau Madura yaitu; Kabupaten Bangkalan dengan *citra culinary tourism*, Kabupaten Sampang dengan *citra nature tourism*, Kabupaten Pamekasan dengan *citra religious tourism*, dan Kabupaten Sumenep dengan *citra island tourism*. Apabila paket perjalanan wisata pulau Madura diwujudkan, maka wisatawan yang berkunjung di pulau Madura akan menikmati perjalanan wisata yang *complete*, mulai dari mencicipi makanan khas Bangkalan dengan tidak meninggalkan budaya Maduranya, melihat keindahan dan panorama alam di Sampang, mengunjungi tempat-tempat spiritual di Pamekasan dengan Gerbang Salamnya, dan ditutup dengan istirahat di pulau-pulau yang masih terbebas dari polusi udara dan jarang penduduk seperti *private island*. Wisatawan domestik maupun lokal akan mempunyai pengalaman yang tidak akan terlupakan dan tertarik dengan paket perjalanan wisata menjelajah pulau Madura. Dampak perjalanan tersebut, yaitu; wisatawan secara tidak langsung dan tidak disuruh oleh *guide* atau agen travel langsung mengunggah di akun media sosial wisatawan yang ikut perjalanan menjelajah pulau Madura. Apabila semua wisatawan meng-*upload* pengalaman

perjalanan wisatwanya, maka publikasi destinasi wisata pulau Madura segera terkenal dan menjadi *newsmaker*.

Tahap ketiga yang harus dikerjakan adalah membuat berita ataupun opini, mengirim, dan *mengupdate* berita dari media online maupun elektronik. Pembuatan majalah edisi khusus tentang destinasi pariwisata di kabupaten setempat juga harus segera direalisasikan. Majalah atau buletin tersebut sangat penting sekali untuk dibuat kemudian disebarkan ke *stakeholder* dan para wisatawan yang datang di destinasi wisata. Keikutsertaan humas ataupun dinas terkait di acara atau forum tentang pariwisata juga menjadi media komunikasi untuk memperluas pemikiran tentang pengembangan wisata dan menambah teman diskusi maupun kerjasama.

Media menjadi alat informasi destinasi pariwisata yang ada di pemerintah kabupaten di pulau Madura. Adapun fungsi media massa yaitu memberi status (status *conferral*), yang artinya orang atau lembaga yang dimuat atau disiarkan nama dan gambarnya oleh media massa, mendadak mendapat reputasi yang tinggi di lingkungannya (Lazarsfeld dan Merton, 1948 dalam Joseph A. Devito, 1997). Humas pemerintah kabupaten di pulau Madura, jika ingin mendapatkan reputasi yang terkenal di lingkungannya, maka yang harus dilakukan adalah mengirim video atau berita tentang destinasi pariwisata di pulau Madura. Pengiriman informasi ke media massa jangan hanya satu atau dua media di ruang lingkup lokal atau regional, harus ke tingkat nasional. Semakin luas jangakauan siaran media, maka semakin banyak khalayak ramai yang tahu akan destinasi pariwisata di Madura.

Media konvensional seperti televisi, radio sekarang mulai ditinggalkan oleh khalayak ramai. Media yang sedang terkenal sekarang dan paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial, seperti apa yang dituliskan oleh Teguh Hidayatul Rachmad (2016:180):

> "Salah satu contoh eksistensi manusia di era postmodernis adalah membuat subyek itu ada di media sosial dengan berbagai cara yang dilakukan, baik melalui tuisan, gambar, dan video. Meminjam tesis Descartes yang terkenal "aku berpikir, maka aku ada", sekaligus memperbaharui dan mengoreksinyan di era abad postmodernis menjadi, "aku ber-media sosial, maka aku ada". Kata bermedia sosial mengartikan bahwa manusia

> dikatakan ada di dunia ini, bila menggunakannya dan eksis di media sosial. Adapun program yang begitu banyak dan bermunculan di dunia internet tentang media sosial, yaitu; friendster, facebook, twitter, path, line, whatsapp, kakao talk, yahoo messenger, instagram, youtubers, dan masih banyak lagi.

Dari kutipan di atas bahwa peran media sosial di era postmodern saat ini sangat dibutuhkan dan sering digunakan, diakses dan dilihat oleh hampir seluruh masyarakat di Indonesia. Inilah yang menjadi dasar bahwa humas pemerintah kabupaten di Pulau Madura harus mempunyai akun media sosial yang telah disebutkan di atas, sehingga wisatawan yang menjadi target konsumen destinasi pariwisata Madura tahu akan informasi tentang pulau Madura.

Tahap keempat dan juga terakhir adalah tentang target konsumen dari produk pariwisata pulau Madura yaitu wisatawan yang dibagi menjadi dua; *non-institutionalized traveler* dan *institutionalized traveler.* Humas pemerintah kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep harus menjalin kerjasama dengan agen *tour* dan *travel* (baik di dalam maupun di luar Madura) untuk membidik target konsumen yang diaktegorisasikan dengan *institutionalized traveler.* Wisatawan yang termasuk *non-institutionalized traveler* untuk mengenai sasaran tersebut, departemen kehumasan harus bekerjsama dengan semua media di tingkat lokal, regional, dan nasional dengan tidak melupakan pubiikasi di media sosial. Kerjasama, konsolidasi dan koordinasi dengan dinas-dinas terkait di kabupaten setempat dan antar kabupaten di pulau Madura juga sangat dibutuhkan untuk jaringa komunikasi dan informasi destinasi pariwisata di pulau Madura. Strategi integrasi komunikasi pariwisata yang didukung oleh empat kabupaten untuk meningkatkan wisatawan domestik dan lokal akan berjalan efektif, jika kerjasama tersebut dilakukan secara berkesinambungan, proporsional dan dinamis.

Destinasi pariwisata di pulau Madura harus ditekankan untuk pembangunan citra produk pariwisata. Humas pemerintah kabupaten adalah kunci utama untuk meningkatkan image semua destinasi pariwisata di pulau Madura. Setiap destinasi pariwisata mempunyai segmentasi wisatawan yang berbeda-beda. Segmentasi pasar wisatawan merupakan proses memilah atau membagi habis daya serap pasar wisatawan terhadap suatu produk wisata kedalam

subset atau bagian-bagian, dimana pada masing-masing segmen wisatawan tadi terdapat: konsumen potensial dengan karakteristik yang relatif sama, sehingga mempunyai kebutuhan akan permintaan produk wisata dan pelayanan wisata yang sama pula.

Pulau Madura harus mengembangkan konsep pemasaran pariwisata terpadu untuk menunjang *Visit Tourism Madura Island* 2018. Pemasaran pariwisata terpadu (integrated tourism marketing) adalah aktivitas komunikasi pemasaran pariwisata terintegrasi yang melibatkan seluruh dinas atau departemen terkait yang ada di suatu kabupaten, institusi atau satu wilayah dengan merancang, membuat dan menganalisis strategi pemasaran terpadu untuk bekerja sama dengan mengedepankan visi dan misi memajukan pariwisata bersama sesuai dengan citra atau *image* yang sudah di rencanakan.

Referensi

Beard, Mike. (2004). *Manajemen Departemen Public Relations, Terjemahan: Haris Munandar*. Jakarta : Erlangga

Cohen, Erik. (1972). *Toward a Sociology of International Tourism*. Social Research 39(1).

Pulau Madura Akan Menjadi Provinsi yang Didukung Empat Bupati. (2016).

https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3313129/pulau-Madura-akan-jadi-provinsi-yang-didukung-empat-bupati (Diakses 21 Oktober 2017)

Jefkins, Frank. (1992). *Hubungan Masyarakat, Terjemahan : A. Muchlis Alimin*. Jakarta : Intermasa

Lazarfeld, P dan Merton, R. 1948 (1997). *Mass Communication.Popular Taste and Organized Social Action, dalam Joseph A. Devito. Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*. Jakarta: Professional Book

Lee, Monle dan Johnson, Carla. (2004). *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global, Terjemahan : Haris Munandar & Dudi Priatna.* Jakarta : Prenada

M. Pride, William dan O.C. Ferrell. (1997). *Marketing, Edisi ke-10*. Boston: Houghton : Mifflin

Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York and London: Routledge

Plog. S. C. (1972). *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity.*Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly 14 (3).

Rachmad, Teguh Hidayatul. (2016). *Madura 2045 Merayakan Peradaban*. Yogyakarta: LKiS

_____. (2016). *Media Lokal Kontestasi, Trend, Dinamika, dan Suara Media Arus Bawah Madura*. Yogyakarta: Elmatera

Smith, V. (ed). 1989 (1977).*Hosts and Guests: The Anthropologhy of Tourism.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press

Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.* Yogyakarta: Gava Media

_____, Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan.

MEMPOSISIKAN KEMBALI PERAN KYAI DAN PESANTREN DALAM MEMBANGUN PARIWISATA DI MADURA

Oleh:
Iqbal Nurul Azhar

Leiper (dalam Pitana, 2007) mengemukakan bahwa suatu daerah tujuan wisata adalah sebuah susunan sistematis dari tiga elemen. Pertama, seorang dengan kebutuhan wisata akan mencari inti/pangkal keistimewaan apa saja atau karekteristik suatu tempat yang akan mereka kunjungi dan sedikitnya satu penanda (inti informasi) dari tempat tersebut. Kedua, seseorang yang akan melakukan perjalanan wisata pasti dipengaruhi oleh faktor-faktor penarik yang membuat seseorang rela melakukan perjalanan yang jauh dan menghabiskan dana cukup besar. Ketiga, suatu daerah wisata harus memiliki potensi daya tarik yang besar agar para wisatawan mau menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata. Untuk menjadikan Madura sebagai daerah destinasi wisata yang berkelas, ketiga hal itu mulai sekarang harus dicicil untuk dimiliki (I.N.A).

***

Madura mempunyai karakteristik yang cukup spesifik dibanding dengan wilayah-wilayah lain di propinsi Jawa Timur. Secara demografis, Pulau Madura tergolong daerah yang mempunyai tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Ini salah satunya bisa ditunjukkan dengan merujuk pada tingkat kepadatan penduduk di kabupaten Pamekasan (889 jiwa/km^2) yang jauh lebih tinggi

dibanding rata-rata tingkat kepadatan propinsi Jawa Timur (726 jiwa/km^2).

Ekosistem Madura adalah ekosistem ladang yang dikembangkan di atas tanah yang kering dan kurang air. Oleh sebab itu sektor pertanian diokupasi oleh pertanian ladang. Sektor ini kurang produktif. Adapun sektor produksi lainnya, juga kurang berkembang pesat. Ini disebabkan karena proliferasi sektor ekonomi cenderung lambat karena masih banyak menggunakan sistem produksi yang sederhana sehingga tidak menstimulasi pertumbuhan sektor-sektor lainnya yang terkait.

Kabupaten Bangkalan menjadi pintu gerbang untuk berbagai kegiatan terutama lintas barang dan jasa yang menghubungkan Jawa dan Madura. Kota Bangkalan menjadi salah satu kutub pertumbuhan ekonomi di Propinsi Jawa Timur yang berperan penting dalam mendukung perkembangan sektor industri, perdagangan, pertanian, dan pariwisata. Bangkalan menjadi bagian wilayah pulau Madura yang masuk dalam pengembangan Kota Surabaya. Ini disebabkan karena letaknya yang berada di ujung barat Pulau Madura dan berseberangan dengan Kota Surabaya, kota pusat pemerintahan dan bisnis di Jawa Timur

Kabupaten Sampang dan Pamekasan memiliki berbagai potensi sumber daya alam seperti pertanian, perikanan, peternakan, industri, dan pertambangan yang dapat menunjang sektor perdagangan dan jasa. Penduduknya cenderung terkonsentrasi pada daerah perkotaan karena daerah tersebut merupakan pusat aktivitas dan tempat tinggal.

Kabupaten Sumenep yang secara geografis berada di ujung Timur Pulau Madura adalah wilayah yang unik. Kabupaten ini, selain memiliki wilayah daratan, juga memiliki wilayah kepulauan yang berjumlah sekitar 126 pulau. Gugus pulau paling utara adalah Pulau Karamian yang terletak di Kecamatan Masalembu, sedang pulau yang paling Timur adalah Pulau Sakala. Kabupaten Sumenep memiliki potensi alam dan berada di posisi strategis di Jawa Timur, karena memiliki keragaman jenis fauna laut dan sumberdaya migas yang cukup besar. Wilayah kabupaten ini juga secara langsung bertetangga dengan Alur Laut Kepulauan Indonesia (ALKI) II, yang dilalui oleh kapal-kapal asing untuk menyeberangi kepulauan di Indonesia.

Sejak jaman Belanda, berbagai stigma sosial tentang Masyarakat Madura, yaitu keterbelakangan dan kekerasan, telah bermunculan. Kekerasan seakan menjadi markah yang melekat di punggung masyarakat Madura. Masyarakat dan kebudayaan Madura dicitrakan dengan citra masyarakat yang serba sangar, serta mudah menggunakan senjata dalam menyelesaikan masalah. Citra ini mungkin beralasan, mengingat orang Madura harus berjuang keras untuk menjalani kehidupan mereka akibat kondisi alam yang tidak mendukung, kurang subur, serta kurang air. Untuk mempertahankan hidup demi sejengkal tanahnya, masyarakat Madura rela melakukan apa saja termasuk mengorbankan nyawa mereka.

Kondisi yang demikian ini yang berkombinasi dengan fragmen-fragmen kekerasan yang kerap terjadi di Madura. Digambarkan oleh sejumlah pemerhati Madura sebagai salah satu faktor yang turut membentuk budaya etnik Madura yang keras, ulet, dan agresif (Wiyata, 2006, De Jonge, 2012). Secara struktural, kondisi sosial ekonomi maupun kondisi alam di Madura turut mempengaruhi pembentukan karakteristik pola hubungan sosial dan struktur sosial yang tipikal.

Wilayah Madura yang terpisah oleh selat, menyebabkan arus globalisasi sulit untuk masuk ke Madura. Hal ini mengakibatkan penduduk pulau ini mengalami ketertinggalan peradaban dan IPTEK, utamanya jika dibandingkan dengan wilyah tetangganya, misal Surabaya dan Gersik. Partisipasi angkatan kerja di Madura memang tinggi. Konsentrasi ada pada sektor pertanian yang mencapai 70-80%. Namun sayangnya, tingkat produktifitas orang Madura masih terbilang relatif rendah. Pemicunya adalah karena kurangnya pengetahuan masyarakat Madura dalam mengelola tanah mereka dengan cara yang lebih modern.

Kondisi kesejahteraan penduduk Madura tergolong rendah secara regional. Ini terlihat dari HDI pada empat kabupaten yang lebih rendah daripada rata-rata Jawa Timur. Demikian pula GDI dan HPI keempat kabutaten-kabupaten tersebut. PDRB Madura pada tahun 2002 tergolong paling rendah di Jawa Timur.

Beroperasinya Jembatan Surabaya-Madura (Suramadu) membawa dampak pada konsep pembangunan Jawa Timur. Pulau Madura kini tidak lagi terpisah, namun telah menjadi bagian strategis pembangunan

Surabaya. Oleh karena itu, konsep pengembangan kota metropolitan Gerbangkertosusilo berdasarkan Peraturan Pemerintah No.26 Tahun 2008 yang menempatkan kota Bangkalan sebagai salah satu pusat kegiatannya, sudah selayaknya dikaji ulang dengan mempertimbangkan potensi kota-kota lain di Pulau Madura seperti Sampang, Pamekasan dan Sumenep sebagai pusat kegiatan.

Sebagai tindak lanjut pembangunan Jembatan Suramadu, pemerintah melalui Peraturan Presiden No. 27 tahun 2008 telah membentuk Badan Pengembangan Wilayah Suramadu (BPWS). Pembentukan BPWS bertujuan untuk mempercepat pengembangan wilayah Suramadu yang meliputi Pulau Madura dan Surabaya dan sekitarnya. Percepatan pembangunan ini secara garis besar dilakukan melalui pengembangan tiga kawasan yaitu Kawasan Kaki Jembatan Suramadu Sisi Surabaya seluas 600 ha, Kawasan Kaki Jembatan Suramadu Sisi Madura seluas 600 ha dan kawasan khusus di Utara Pulau Madura seluas 600 ha.

Dilihat dari arah pengembangan yang dilakukan BPWS, terdapat tiga sektor yang menjadi prioritas pembangunan ke depan yaitu sektor industri, pariwisata, dan jasa. Selain sektor industri dan jasa, yang mengakomodir beban lebih yang ditanggung Surabaya dan Gersik, sektor pariwisata diyakini akan menjadi salah satu penggerak perekonomian Pulau Madura pasca Jembatan Suramadu. Sektor inilah yang menjadi sorotan artikel ini.

Potensi Pariwisata Madura dan Rotor Penggeraknya

Keberadaan Jembatan Suramadu sendiri menjadi daya tarik bagi masyarakat di luar Pulau Madura untuk mengunjunginya, namun sayangnya, daya tarik Jembatan Suramadu beserta pulau Madura ini belum termanfaatkan. Padahal, Pulau Madura memiliki kekayaan budaya tradisional yang sangat luar biasa.

Secara umum, jenis-jenis budaya tradisional Madura (selain artefak dan pakaian), dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok, yaitu: (1) musik, (2) tarian, (3) ritual, (4) pertunjukan.

Pertama adalah musik, seperti macapat, saronen, dll. Macapat adalah lagu-lagu yang dulunya digunakan sebagai media untuk memuji Allah di musholla. Lagu-lagu macapat sepenuhnya tenang dan damai. Selain mengandung pujian kepada Tuhan, macapat juga

mengandung ajaran-ajaran, ajakan untuk mencintai ilmu pengetahuan, saran untuk memperbaiki dan memulihkan degradasi moral dan karakter, untuk menemukan esensi kebenaran, dan buid baik orang karakter. Lagu-lagu, mengingatkan setiap manusia untuk lebih memahami dan mendalami arti hidup mereka. Macapat adalah manifestasi dari hubungan manusia dengan alam dan ketergantungan masyarakat pada Tuhan semesta alam. Musik saronen adalah pengaturan musik yang sangat kompleks dan mampu membawa nuansa yang diminta pendengarnya. Meskipun saronen musik merupakan perpaduan dari beberapa alat musik, tetapi yang paling dominan adalah suara dinamis dari alat musik khusus yang disebut Saronen.

Kedua, adalah tarian, seperti Muang Sangkal dan tari Duplang. Gerakan mereka tidak pernah terpisah dari kata yang ada dalam Al Qur'an, seperti "Allahu" atau "Muhammad." Tari Muang Sangkal adalah tarian tradisi yang telah mengalami berbagai perubahan, dari hanya untuk melakukan ritual untuk menjadi tarian selamat datang untuk menyambut tamu terhormat. Tari Duplang di sisi lain adalah tarian yang unik dan langka. Tarian ini adalah gambaran lengkap tentang kehidupan perempuan desa, yang bekerja keras sebagai petani dan yang selalu dilupakan dalam masyarakat mereka. Tarian, yang diciptakan oleh seorang penari bernama Nyi Raisa, disajikan dalam gerakan yang indah, lembut, dan anggun. Tarian ini jarang dilakukan setelah terjadi perubahan dari sistem kerajaan ke sistem bupati.

Ketiga, ritual, seperti *Sandhur Pantel*, *Dhamong Ghardham*. Masyarakat petani atau masyarakat nelayan melakukan ritual ini sebagai sarana untuk menghubungkan atau sebagai media untuk berkomunikasi dengan Tuhan mereka. Setiap kali orang Madura melakukan ritual, seni menjadi bagian integral dari seluruh proses. Masyarakat Madura menyebut ritual "Sandhur" atau "Dhamong Ghardham". Ritual dilakukan melalui menari, dengan tujuan untuk memohon hujan, untuk memastikan sumur penuh air, untuk menghormati makam keramat, membuang bahaya atau penyakit atau bencana dari lingkungan mereka.

Keempat adalah penampilan, seperti karapan sapi. Karapan sapi yang pertama kali diperkenalkan pada abad ke-15 (1561 M) pada masa pemerintahan Pangeran Katandur di Keraton Sumenep. Permainan

dan perlombaan ini memiliki hubungan dengan kegiatan sehari-hari masyarakat Madura yang bekerja sebagai petani, dalam arti bahwa permainan ini memberikan motivasi kepada masyarakat untuk mengolah tanah mereka dan juga untuk meningkatkan produksi ternak sapi mereka.

Selain budaya tradisional Madura yang kaya akan ragam tersebut, Madura juga memiliki beberapa objek wisata yang layak untuk dijual seperti objek wisata bahari yang terdapat di beberapa kabupaten di pulau Madura antara lain: Objek Wisata Camplong, Objek Wisata Hutan Nepa di Kabupaten Sampang, Objek Wisata Talang Siring, Objek Wisata Jumiyang di Pamekasan dan Objek Wisata Slopeng serta Objek Wisata Lombang di Kabupaten Sumenep.

Objek wisata bahari yang dianggap sebagai objek wisata unggulan bahari Pamekasan adalah Pantai Jumiyang dan Talang Siring. Objek wisata lain yang menjadi ikon wisata di Kabupaten Pamekasan adalah wisata batik. Adapun objek wisata yang akan dikembangkan di Kabupaten Sampang adalah (1) Gua Lebar Trunojoyo, (2) Bendungan Klampis, dan (3) Pulau Mandangin (pulau kambing) juga ada acara *Rokat Tase'*

Objek wisata yang dikembangkan di Kabupaten Sumenep meliputi: (1) objek wisata alam (wisata bahari), (2) objek wisata budaya (museum, kraton, Asta Tinggi, Asta Yusuf, kota tua, dan karapan sapi) dan (3) objek wisata minat khusus (upacara *Nyadar*, upacara Petik Laut, dll) yang dilaksanakan oleh kelompok masyarakat dan tokoh masyarakat. Objek wisata bahari yang sudah dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep terdiri dari: (1) Pantai Lombang di desa Batang-batang Sumenep. Keunikan di Pantai lombang adalah pantai ini memiliki cemara udang, pasir laut, dan kasur pasir (setiap rumah ada kasur pasir di Desa Legung Kecamatan Batang-batang), kesenian *Ngeka' Sangger* (panganten yang diarak keliling desa untuk bisa membuat *Sanggger* tempat tidur), (2) Pantai Slopeng di Desa Dasuk Kabupaten Sumenep. Keunikan dari pantai Slopeng adalah pantai ini memiliki gunung pasir dan ditumbuhi kelapa. Masyarakat sekitar pantai juga memiliki tradisi pesta *Kupatan* yang dilaksanakan setiap hari raya *Kupatan* dan dilaksanakan oleh Pokdarwis/kelompok sadar wisata, rekanan, LSM) dengan didukung wisata kuliner ada sate gule, rujak.

Pulau Madura juga memiliki banyak destinasi yang berhubungan dengan objek wisata spiritual. Orang Madura menyebutnya sebagai objek wisata religi. Objek-objek wisata ini misalnya makam Mbah Kholil, *Pesarehan* Aeng Mata Ebhu yang keduanya berada di Bangkalan dan dikunjungi ribuan peziarah setiap tahunnya, serta Asta Tengghi yang ada di Sumenep. Destinasi-destinasi wisaya spiritual ini juga layak untuk dipertimbangan menjadi destinasi utama jika berkunjung ke Madura.

Wahyudi (2009) menyebutkan bahwa Madura juga memiliki wisata yang bersifat ekotourism. Konsep ekotourism ini berada di kawasan wisata Nepa, Kabupaten Sampang. Berdasarkan data yang diperoleh, konsep ekotourism masih berpeluang untuk bisa dibuat berdasarkan karakter fisik kawasan. Meskipun luasnya tidak seperti luasan taman nasional pada umum di Indonesia. Namun, dengan pemilihan lokasi yang tepat ternyata bisa menjadi sebuah media pelestarian dan perlindungan bagi fauna *flagship* maupun flora *flagship* yang terdapat di Indonesia. Pengembangan kawasan dengan konsep ekotourism disepakati dengan alternatif relung (nisia) yang merupakan inti dari kehidupan ekosistem dapat membentuk zona. Karena yang terpenting adalah bagaimana menyediakan ruang yang nyaman berdasarkan fungsional organisme (biota) dalam ekosistem. Zona tersebut meliputi zona hutan pantai, hutan hujan dataran rendah, hutan savana, hutan tanaman, dan hutan musim serta zona budaya. Sedangkan untuk prinsip-prinsip tingkat penggunaan dalam berkegiatan bisa menggunakan prinsip zona pengawasan yang meliputi zona natural dan zona semiprimitif.

Dengan adanya kekayaan alam dan budaya tradisional ini, pulau Madura bisa menjadi sangat potensial sebagai sebuah kawasan pariwisata. Konsep pariwisata di Madura perlu direncanakan secara komprehensif dan diselaraskan dengan konsep pengembangan kabupaten-kabupaten yang ada di pulau tersebut dengan cara menggali potret-potret eksotik yang terpendam yang dimiliki pulau Madura, menuangkannya dalam bentuk peta wisata dan mensinergikannya dalam bentuk konsep networking pariwisata Madura.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan beberapa pengertian istilah kepariwisataan, antara lain: (1) Wisata adalah suatu kegiatan perjalanan

yang dilakukan oleh individu atau kelompok mengunjungi suatu tempat dan bertujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik suatu tempat wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. (2) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai layanan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. (3) Daerah tujuan wisata dapat disebut juga dengan destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesbilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Leiper (dalam Pitana, 2007) mengemukakan bahwa suatu daerah tujuan wisata adalah sebuah susunan sistematis dari tiga elemen. Seorang dengan kebutuhan wisata adalah inti/pangkal (keistimewaan apa saja atau karekteristik suatu tempat yang akan mereka kunjungi) dan sedikitnya satu penanda (inti informasi) dari tempat yang akan dikunjungi. Seseorang melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor-faktor yang menjadi daya tarik yang membuat seseorang rela melakukan perjalanan yang jauh dan menghabiskan dana cukup besar. Suatu daerah harus memiliki potensi daya tarik yang besar agar para wisatawan mau menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata.

Tersedianya berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman, sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung. Salah satu yang menjadi suatu daya tarik terbesar pada suatu destinasi wisata adalah sebuah atraksi, baik itu berupa pertunjukan kesenian, rekreasi, atau penyajian suatu paket kebudayaan lokal yang khas dan dilestarikan.

Atraksi dapat berupa keseluruhan aktifitas keseharian penduduk setempat beserta *setting* fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti belajar tari, bahasa, membatik seperti yang ada di Madura, memainkan alat musik tradisional, membajak sawah, menanam padi, melihat kegiatan budaya masyarakat setempat, dan lain-lain. Atraksi merupakan komponen yang sangat vital, oleh karena itu suatu tempat wisata tersebut harus memiliki keunikan yang bisa menarik wisatawan.

Fasilitas-fasilitas pendukungnya juga harus lengkap agar kebutuhan wisatawan terpenuhi, serta keramahan masyarakat tempat wisata juga sangat berperan dalam menarik minat wisatawan.

Faktor-faktor tersebut harus dikelola dengan baik, sehingga menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata dan wisatawan rela melakukan perjalanan ke tempat tersebut. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata merupakan interaksi antar berbagai elemen. Ada komponen yang harus dikelola dengan baik oleh suatu destinasi wisata adalah wisatawan, wilayah, dan informasi mengenai wilayah. Atraksi juga merupakan komponen vital yang dapat menarik minat wisatawan begitu juga dengan fasilitas-fasiltas yang mendukung.

Suatu kesalahan yang sering terjadi dalam pengelolaan daya tarik wisata adalah penetapan daya tarik wisata yang terlalu prematur. Sebelum ada pengelolaan yang baik daya tarik wisata belum dapat difungsikan dan dipromosikan karena dengan kunjungan wisatawan yang membludak akan dapat merusak sumber-sumber daya yang ada. Selain daya tarik wisata, perlu juga diperhitungkan pengelolaan terhadap sarana pariwisata yang lain seperti tempat parkir, *tour* dan interpretasi.

Sebuah data tarik wisata yang lokasinya jauh memerlukan banyak waktu dan biaya untuk mencapainya sehingga menjadi kurang diminati wisatawan. Sistem pariwisata masal seperti kereta api cepat dan transportasi udara mengharuskan wisatawan berhenti dan melanjutkan perjalanan sebelum puas menikmati daya tarik wisata yang sedang dikunjungi dengan baik. Alat-alat transportasi ini juga mendorong perencanaan beberapa daya tarik wisata harus berdekatan. Karena itu kunjungan ke daya tarik wisata utama sebaiknya dikelompokkan atau digabung dengan daya tarik wisata pelengkap yang lain. Contoh: kunjungan ke taman nasional sebagai atraksi utama, menawarkan banyak atraksi wisata alam pelengkap seperti pemandangan, *hiking*, konservasi kehidupan liar, topografi yang menantang dan tempat rekreasi di luar ruangan.

Meskipun daya tarik wisata merupakan porsi utama dalam sebuah pengalaman perjalanan, tetapi daya tarik wisata tetap memerlukan dukungan pelayanan. Misalnya, dalam perencanaan sebuah taman terasa kurang lengkap apabila tidak memperhitungkan pelayanan

pendukung seperti akomodasi dan restoran, dan pelayanan pelengkap seperti penjualan film, obat-obatan dan cinderamata. Karena itu, daya tarik wisata yang agak jauh atau terpencil minimal menyediakan pelayanan makanan, toilet dan pusat-pusat pelayanan pengunjung (*visitor centers*). Lokasi daya tarik wisata ada di daerah pedesaan dan perkotaan Daerah terpencil dan kota-kota kecil memiliki aset yang dapat mendukung pengembangan daya tarik wisata karena beberapa segmen pasar ada yang lebih menyukai suasana kedamaian dan ketenangan di daerah pedesaan, karena itu ke depan perlu dilakukan perencanaan dan kontrol terhadap daya tarik wisata yang masih alami seperti perkebunan dan jalan-jalan pelosok pedesaan yang masih alami. Tempat-tempat ini cocok untuk pengembangan pariwisata alam maupun budaya, selain itu perlu penggabungan daya tarik wisata perkotaan dan pedesaan menjadi sebuah paket perjalanan. Teori perencanaan tersebut digunakan untuk merumuskan strategi dan program pengembangan daya tarik wisata budaya di Madura.

Beberapa teori pengembangan potensi wilayah telah menjadi rujukan berbagai daerah untuk mengembangkan destinasi wisata daerah. Salah satu teori yang dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan destinasi wisata di Madura adalah teori Pertumbuhan Jalur Cepat yang diperkenalkan oleh Samuelson (dalam Tarigan, 2007). Samuelson (dalam Tarigan, 2007) menyebutkan bahwa setiap negara/wilayah perlu melihat sektor/komoditi apa yang memiliki potensi besar dan dapat dikembangkan dengan cepat, baik karena potensi alam maupun karena sektor itu memiliki *competitive advantage* untuk dikembangkan. Artinya dengan kebutuhan modal yang sama sektor tersebut dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar, dapat berproduksi dalam waktu singkat dan volume sumbangan untuk perekonomian juga cukup besar. Agar pasarannya terjamin, produk tersebut harus dapat menembus dan mampu bersaing pada pasar luar negri. Perkembangan sektor tersebut akan mendorong sektor lain turut berkembang sehingga perekonomian secara keseluruhan akan tumbuh. Mensinergikan sektor-sektor adalah membuat sektor-sektor saling terkait dan saling mendukung. Dengan demikian, pertumbuhan sektor yang satu mendorong pertumbuhan sektor yang lain, begitu juga sebaliknya, sehingga perekonomian akan tumbuh cepat.

Kata perubahan sering dihubungkan dengan kata sosial dan budaya. Perubahan sosial dimaksudkan adanya proses yang dialami dalam kehidupan sosial yaitu perubahan yang mengenai sistem dan struktur sosial. Perubahan sosial dapat mengenai nilai-nilai sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan sebagainya. Perubahan sosial dapat terjadi karena direncanakan dan tidak direncanakan. Perubahan yang direncanakan merupakan perubahan yang diperkirakan oleh pihak-pihak yang menghendaki perubahan dalam masyarakat, sedangkan perubahan yang tidak direncanakan terjadi seperti akibat dari perang, penjajahan, atau bencana alam (Soekanto, 2006). Budaya dapat diartikan sebagai segala daya upaya dan kegiatan manusia dalam mengubah dan mengolah alam. Perubahan kebudayaan mencakup semua bagian kebudayaan termasuk di dalamnya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, filsafat, dan lain-lain. Perubahan sosial mencakup perubahan norma, sistem nilai sosial, pola-pola perilaku, stratifikasi sosial, lembaga sosial, dan lain-lain. Perubahan sosial merupakan hal yang penting dalam perubahan kebudayaan. Beberapa ahli sosiologi (Soekanto, 2006) mengemukakan rumusan mengenai pengertian perubahan sosial budaya, antara lain sebagai berikut.

Soemardjan (1972) menyatakan bahwa perubahan sosial budaya adalah segala perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap, dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Salah satu teori yang merupakan bagian dari perubahan sosial adalah teori dari Neil Smelser. Faktor yang menentukan perubahan sosial beberapa diantaranya adalah: 1) keadaan struktural untuk berubah, menyangkut kesanggupan struktur sosial mengetahui impuls dorongan untuk berubah. Ini secara secara tersirat menyatakan bahwa kondisi menguntungkan secara struktural itu sendiri sebenarnya belum memadai suatu hal untuk berubah. Dengan demikian, masih perlu diperlukan sejenis kekuatan yang cenderung ke arah perubahan. Kekuatan ini mungkin berupa kekuatan dari dalam (internal), atau kekuatan dari luar (eksternal), 2) mobilisasi untuk berubah, berkaitan dengan arah perubahan. Arah perubahan tergantung pada cara-cara memobilisasi

sumber-sumber dan cara penggunaannya untuk mempengaruhi perubahan. Selanjutnya mobilisasi itu sendiri berkaitan erat dengan kepemimpinan yang terlibat dalam perubahan, 3) pelaksanaan kontrol sosial, kontrol sosial ini mungkin berwujud kekuatan yang mapan seperti media massa, pejabat pemerintah, dan pemimpin agama. Mereka mungkin berperan dalam menentukan arah perubahan yang akan terjadi. Peneliti menggunakan teori Smelser diatas untuk menganalisis faktor yang menentukan suatu perubahan.

Di Madura, lokomotif pendorong yang mampu menggerakkan masyarakat untuk berubah secara sosial di era kontemporer ini, utamanya dalam kaitannya mewujudkan visi sebagai daerah destinasi wisata budaya terletak pada tiga pilar yang kita singkat sebagai KBM, yaitu Kyai, *Blater*, dan *Money Owner* (pemilik uang). Kyai memiliki peranan penting dalam menggerakkan masyarakat secara masif karena meskipun identitas Kyai di masa kini sudah mulai dipertanyakan, namun Kyai masih tetap menjadi sosok sentral jujugan masyarakat Madura dalam berkehidupan. *Blater* adalah bagian dari masyarakat yang bertanggungjawab dalam urusan menjaga stabilitas suatu daerah. Perangai *Blater* yang sukar ditebak, namun tidak lantas tidak bisa diajak negoisasi, masih tetap menjadi bagian yang diperhitungkan oleh masyarakat untuk diajak berkonsolidasi dalam memutuskan masalah-masalah yang besar. Adapun *Money Owner* adalah mereka yang memiliki uang, yang memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha mereka di Madura dan dengan segala macam cara berusaha terlibat, meskipun di balik layar, terhadap banyak hal yang terjadi di Madura.

Di antara trio KBM itu, dalam banyak kaca mata pengamat, peran Kyai adalah yang paling sentral. Ini disebabkan karena hanya Kyailah yang mampu memiliki jaringan atau akses ke bagian yang lain. Misalnya, para Kyai akan dengan mudahnya masuk ke kelompok Blater karena biasanya anggota Blater itu dulunya adalah mantan anak didiknya di madrasah atau pesantren. Ada ikatan emosional para Blater dengan guru-guru mereka. Meskipun secara ideologi, akan sulit bagi para Blater mengikuti jejak langkah para Kyai, namun mereka secara psikologis memiliki sikap inferior dan kepasrahan yang tulus pada para Kyai mereka. Para Kyaipun juga mampu berubah menjadi *Money Owner* apabila ia memiliki usaha yang terbilang sukses secara

materiil. Adapun *Blater*, kelompok ini sukar untuk bermetamorfosis menjadi Kyai karena perangai kehidupan mereka yang identik dengan pelanggaran hukum. Ini pula yang menyebabkan mereka, jikapun mereka kaya, sukar menjadi *Money Owner* yang bisa dipercaya. Adapun kelompok Money Owner, kelompok ini bisa jadi dapat menguasai kaum *Blater* dengan cara menyewa mereka. Tapi kesetiaan kaum *Blater* itu hanya bersifat tentatif karena berlandaskan pada keuntungan uang semata. *Money Owner* pun akan sulit berubah menjadi bagian dari Kyai karena biasanya mereka tidak memiliki latar belakang pesantren yang kuat atau darah keturunan Kyai yang memungkinkan mereka masuk ke dalam lingkaran Kyai dan dianggap sebagai Kyai. Sentralnya peranan Kyai ini yang dikupas dalam pembahasan selanjutnya artikel ini.

Memosisikan Peran Kyai dan Pesantren dalam Pengembangan Wisata Madura

Sejalan dengan meningkatnya perdagangan antar wilayah pada masa lalu, penyebaran agama Islam di Madura juga meningkat pesat. Daerah-daerah Madura yang memiliki perkembangan potensi perdagangan yang cukup pesat, seperti Sumenep, tumbuh menjadi daerah yang potensi Islamnya sangat tinggi jika dibandingkan dengan wilayah Madura yang lain. Ketika raja-raja lokal di Madura, utamanya di Sumenep mulai memeluk agama Islam sejak pertengahan abad ke-16, proses islamisasi penduduk Madura mulai meluas dan intensif.

Proses historis yang panjang ini menyebabkan identitas keagamaan Islam di kalangan masyarakat Madura berakar sangat kuat. Tidaklah heran jika sentimen keagamaan Islam yang tinggi, pesantren dan ulama, memiliki tempat yang khusus dalam kehidupan masyarakat Madura. Orang Madura merupakan penganut agama Islam yang taat. Dalam masalah agama, mereka lebih monolit dibandingkan dengan orang Jawa. Anggapan orang Madura kebanyakan tentang diri mereka sendiri; mereka adalah kaum santri.

Orang Madura juga umumnya sulit membedakan antara Islam dan kebudayaan Madura. Hal ini tampak pada praktek kehidupan mereka sehari-hari yang tidak bisa lepas dari dimensi Islam. Selain

sholat lima waktu, orang-orang Madura melaksanakan pula budaya-budaya yang berkaitan dengan peringatan hari-hari penting agama Islam. Misalnya, selama selama bulan Safar mereka mengadakan selamatan *Tajhin Sapar*, pada bulan Asyuro mereka membuat selamatan *Tajhin* Suro, di bulan Maulud mereka berlomba-lomba pulang kampung demi memperingatinya dengan selamatan *Mauludan*. Di bulan Ramadhan, selain mereka menunaikan ibadah puasa juga aktif melaksanakan kegiatan keagamaan lainnya seperti mengaji, membayar zakat fitrah, sodaqoh dalam bentuk *ter-ater* dan sebagainya.

Citra orang Madura sebagai masyarakat santri sangat kuat. Hampir setiap rumah orang Madura memiliki bangunan langgar atau surau (*Kobbhung*) sebagai tempat keluarga melakukan ibadah sholat dan mengaji. Lokasinya selalu berada di ujung halaman bagian barat sebagai simbolisasi lokasi Ka'bah yang merupakan kiblat orang Islam ketika melaksanakan ibadah sholat (Wiyata, 2002). Selain itu, anak-anak Madura hampir semuanya diwajibkan untuk menuntut ilmu agama sejak kecil. Sebagian disekolahkan di madrasah, sebagian lainnya dititipkan di pondok, sebagian lainnya diberangkatkan ngaji ke masjid atau langgar.

Ulama atau kyai memiliki tempat yang spesifik dalam masyarakat Madura, tidak hanya karena proses historis seperti di atas, tetapi juga didukung oleh struktur pemukiman penduduk yang ada. Kondisi-kondisi demikian, kemudian melahirkan organisasi sosial yang bertumpu pada agama dan otoritas ulama. Ulama merupakan perekat solidaritas dan kegiatan ritual keagamaan, pembangun sentiment kolektif keagamaan, dan penyatu elemen-elemen sosial atau kelompok kekerabatan yang tersebar karena faktor-faktor struktur pemukiman tersebut. Oleh karena itu, bukan suatu hal yang berlebihan jika ulama atau kyai sebagai pemegang otoritas keagamaan memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan orang Madura.

Di Madura, sebutan untuk ulama adalah Kyai (*Kyaé*). Seorang Kyai adalah orang yang tinggi pengetahuan agamanya. Biasanya seorang Kyai, memiliki atau memimpin sebuah pondok pesantren. Tetapi, dapat juga karena ia memiliki darah keturunan dari seorang Kyai. Sampai saat ini, unsur keturunan itu merupakan faktor penentu penyebutan seseorang sebagai Kyai. Apalagi faktor keturunan

tersebut berkaitan dengan seorang Kyai yang karismatik, maka anak-anaknya, secara otomatis, juga akan disebut oleh masyarakat Madura sebagai Kyai.

Dalam masyarakat Madura, Kyai paling dihormati dibandingkan dengan golongan sosial yang lain. Kyai memiliki harta dan penghormatan sosial dari masyarakatnya. Kyai akan lebih dihormati kalau ia memiliki karisma dan keramat (memiliki ilmu gaib) karena kelebihan ilmu agamanya itu. Selain itu, hubungan Kyai dan umatnya sangat dekat. Apa yang dikatakan oleh seorang Kyai niscaya akan diikuti oleh orang Madura, bahkan kadang-kadang tanpa memperhitungkan apakah hal itu baik atau tidak. Berikut ini adalah beberapa kisah yang menunjukkan penghormatan orang Madura pada Kyai mereka.

Sosok dan kiprah Kyai di tengah-tengah masyarakat Madura selalu mengundang perhatian. Sejak jaman dahulu, sebagai pemimpin informal, Kyai diyakini mempunyai otoritas kebenaran karena ia dianggap sebagai orang suci yang dianugerahi berkah oleh Ilahi. Dahulu, Kyai di tengah-tengah masyarakat juga mempunyai status yang sakral, sehingga pelecehan atau bentuk ketidakhormatan terhadap sosok kyai, merupakan sesuatu yang sangat dilarang. Inilah yang kadang menyebabkan Kyai memiliki otoritas tunggal di tengah-tengah masyarakat.

Kondisi inipun tampaknya juga mengental dalam bentuk pola hubungan patron-klein yang sampai saat ini terus berlanjut. Di samping itu, otoritas dan kharismatik Kyai di bidang keagamaan tersebut berimbas pada pengaruh dan harapan akan peran yang akan dimainkan oleh Kyai pada masyarakat. Kuasa Kyai tersebut juga tidak sekadar meliputi agama, tetapi wilayah publik yang merupakan implikasi dari peran Kyai sebagai status sosial keagamaan.

Di awal-awal keberadaannya, eksistensi Kyai di Madura memiliki tujuan yang mulia yaitu untuk perbaikan kehidupan masyarakat. Kyai mengacu pada otoritas intelektual dan spiritual di mana masyarakat menjadikannya sebagai rujukan kehidupannya. Selain itu, Kyai di Madura juga memiliki peran dan otoritas untuk menentukan eksistensi kepemimpinan untuk menciptakan keteraturan kehidupan masyarakat dengan melaksanakan fungsinya, seperti melaksanakan manajemen konflik.

Dalam konteks ini, peran Kyai di Madura dalam proses penentuan eksistensi kepemimpinan menjadi sebuah kewajiban. Oleh karena itu, yang diharapkan kemudian adalah peran dan otoritas masing-masing Kyai untuk dapat menciptakan kehidupan aman, tertib, teratur, nyaman, dan tenteram.

Di kemudian hari, utamanya di era modern ini, peran Kyai di Madura dihadapkan pada dua pilihan dilematik yaitu sebagai agen pembangun umat dan agen politik partai. Ketika partai politik sudah melebarkan sayapnya merambah pondok-pondok pesantren di Madura, para Kyai kini mulai melirik adanya kesempatan bagi mereka untuk berkarya di luar apa yang selama ini mereka tekuni. Banyak dari merekapun yang kemudian menambah profesi menjadi seorang politikus, bahkan menjadi kepala pemerintahan.

Ketika seorang Kyai menjadi kepala pemerintahan di suatu daerah di Madura, ditambah lagi ia memiliki pundi-pundi kekayaan yang cukup, lengkap sudah modalnya untuk melangkah menjalankan misinya memajukan pariwisata Madura dengan catatan ia memiliki visi tentang itu. Mengapa visi memajukan pariwisata Madura ini diberi catatan, ini karena biasanya, para pemerintah Madura dari dahulu hingga sekarang, kurang begitu memiliki ketertarikan dalam bidang ini. Mereka lebih tertarik memajukan hal-hal yang bersifat populis seperti pembangunan infrastruktur seperti gedung-gedung, atau menyelenggarakan kegiatan-kegiatan populis yang akan langsung menghabiskan uang negara daripada memikirkan hal-hal yang bersifat strategis dan memiliki dampak investasi masa depan. Padahal, dengan membangun pariwisata, tidak hanya daerahnya akan menjadi terkenal, pembangunan infratrukturpun akan mengikuti kemajuan pariwisata di daerah tertentu. Secara logika, jika wisatawan makin meningkat untuk berkunjung ke suatu daerah, maka tidak bisa tidak, jalan dan fasilitas lainnya oleh masyarakat, maupun wisatawan akan dituntut untuk harus dibenahi.

Seorang Kyai yang menduduki kepala pemerintahan, seperti yang biasa terjadi di Madura, memiliki dampak positif bagi perwujudan pariwisata budaya yang positif. Di Madura, konsep pariwisata yang seperti ini dikenal sebagai pariwisata reliji, tepatnya pariwisata Islami. Kepatuhan masyarakat Madura pada Kyai mereka dapat dijadikan sebagai modal positif dalam membangun konsep ini. Kyai

ini dapat menentukan daerah mana yang akan dikembangkan dengan sedikit mendapat resistensi atau bahkan tidak ada resistensi sama sekali. Ia dapat pula membangun sistem pariwisata tersebut dengan sistem yang bersih yang ia mulai dari proses perekrutan yang adil dan transparan. Ia dapat pula menerapkan sistem manajemen keuangan yang tidak hanya menguntungkan daerah tetapi juga para warga yang berada di sekitar objek wisata tersebut. Ini semua dapat terjadi asalkan Kyai ini menunjukkan tauladan yang baik bagi masyarakat. Kenyataannya, orang Madura meskipun keras, namun mereka sangat merindukan teladan.

Orang tua di Madura kebanyakan mewajibkan anak-anaknya untuk menuntut ilmu agama di Pesantren atau di Madrasah-Madrasah yang tersebar di pelosok. Hampir setiap desa mempunyai Madrasah tempat anak-anak di desa tersebut menuntut ilmu agama pada siang hari setelah bersekolah di SD pagi harinya. Dengan demikian, orang Madura memiliki kedekatan yang sangat tinggi dengan Pondok Pesantren dan segala macam kegiatan keagamaan.

Secara historis, pesantren telah dipercaya sebagian besar masyarakat santri sebagai lembaga pemberdayaan diri dan penyadaran. Saat ini, eksistensi pesantren berada di antara dua sistem dominan yaitu sistem birokrasi (baca: negara) dan sistem pasar (kapitalisme). Ke depan, pesantren diharapkan dapat meningkatkan perannya selain sebagai tempat melahirkan para calon ulama juga dapat mengembangkan bangunan tata moral masyarakat yang bisa menjadi kekuatan penyeimbang diantara dominasi kedua sistem tersebut. Dengan posisinya yang berada di antara dua sistem ini, pesantren diharapkan akan mampu membuat arus sendiri yang menjadi alternatif bagi tumpuan harapan masyarakat. Dari sinilah kita harus dapat jeli mengamati tentang posisi pesantren.

Sejak dulu, keberadaan pesantren selalu diragukan sebagai lembaga ideal untuk mencetak generasi muda yang berkualitas di Madura. Ini didasarkan pada fakta bahwa sampai saat ini pesantren di Madura masih belum banyak berubah dari paradigma awal yang lebih berfokus pada pendidikan agama. Di era globalisasi dengan persaingan yang terlalu ketat dewasa ini, presantren-pesantren sepertinya telah mulai menggeliat bangkit untuk berdikari dan membangun arus mereka sendiri. Ini dilihat dari banyaknya pesantren

yang mulai sadar bahwa membangun SDM Madura, tidaklah cukup dengan membentuk budi pekerti saja, melainkan diperlukan pula berbagai pengetahuan dan ketrampilan (skill) yang selama ini masih kurang mampu dipenuhi oleh pondok pesantren, karena berbagai faktor seperti masih tertutupnya para kyai untuk menerima perkembangan dan kurangnya sarana prasarana.

Rencana industrialisasi dan pengembangan pariwisata di Pulau Madura yang mengiringi beroperasinya Jembatan Suramadu, yang menekankan pada pertumbuhan ekonomi, akan dapat melahirkan dampak-dampak yang tidak diinginkan utamanya pada kabupaten Bangkalan, seperti, kesenjangan sosial di daerah Labang atau daerah sekitar jembatan. Industrialisasi dan pengembangan pariwisata ini dapat memicu pengangguran masal SDM di Madura yang pada saatnya nanti dapat memacu timbulnya konflik sosial yang meluas dan intensif. Ketika konflik ini terjadi, bisa dipastikan masyarakat kabupaten Madura cenderung menjadi penonton.

Mengantisipasi hal tersebut, maka pengembangan SDM di pesantren-pesantren mutlak menjadi kewajiban, utamanya di daerah destinasi wisata yang menjadikan pesantren sebagai basis masyarakat. Pengembangan pesantren dengan konsep yang jelas mutlak dilakukan. Pesantren tidak hanya dijadikan sebagai tempat menimba ilmu saja, tetapi pesantren dapat menjadi lumbung SDM yang berkualitas serta rotor penggerak masarakat agar bergerak menyambut konsep-konsep pariwisata yang digagas pemerintah dengan tidak meninggalkan jatidirinya yang relijius. Hal ini bisa terlaksana karena pesantren memiliki kelebihan dari sekolah umum yang ada di Madura dengan beberapa alasan.

Alasan pertama, penyelengaraan pendidikan pondok pesantren dalam bentuk asrama memungkinkan para santri untuk belajar disiplin, menjalin kebersamaan, tenggang rasa, toleransi, kemandirian, dan kesederhanaan atau yang lebih tepatnya belajar prihatin karena semua fasilitasnya amat terbatas. Jika SDM yang solid ini dikaryakan untuk mendukung pariwisata yang ada di sekitar pondok, maka bisa dibayangkan para santri ini tidak hanya akan mampu memiliki kemampuan agamis, tetapi mereka telah mengenal nilai-nilai manajerial yang berbasis nilai lokal,

Alasan kedua, beberapa pondok pesantren telah mengajarkan para santrinya beberapa keterampilan sebagai bekal hidup mandiri seperti menciptakan karya-karya ukiran, batik, lukisan dan produk-produk makanan. Karya-karya pesantren ini bersama dengan karya-karya masyarakat lain dapat dijual di sekitar tempat wisata sebagai cindera mata untuk para wisatawan.

Alasan ketiga, sistem yang dikembangkan pondok pesantren lebih memungkinkan para santri berkompetisi secara realistis, bukan saja dalam prestasi belajar tetapi juga prestasi dalam berusaha dan bekerja. Pengembangan sikap egalitarian di kalangan para santri merupakan ciri dan kelebihan pondok pesantren. Selain itu, pondok pesantren secara natural menciptakan ikatan persaudaraan diantara para santri, para santri dengan masyarakat tanpa paksaan. Jangkauan yang luas dan panjang ini menjadi modal dasar terpenting dalam membangun masyarakat pariwisata yang madani. Sebagaimana ditunjukan oleh beberapa pondok pesantren terkenal seperti, Darussalam Gontor Ponorogo, Al Zaitun Indramayu Jawa Barat, dan Daarut Tauhid, pondok pesantren ini sesungguhnya sangat respek terhadap perubahan dan atau modernisasi khususnya kepariwisataan, dengan syarat tidak merusak tradisi, dan budaya islami yang selama ini menjadi kelebihan dan kekuatan lembaga pondok pesantren dan lingkungan masyarakat sekitar.

Sehubungan dengan itu, untuk meningkatkan peran pengembangan masyarakat pesantren khususnya dalam hal pariwisata, maka perlu dilakukan diversifikasi program dan kegiatan Kecakapan Hidup (*life skills*) di pesantren. Peran pondok pesantren yang tadinya hanya mempelajari kitab-kitab Islam klasik, kiranya direkonstrksi agar dapat diberdayagunakan secara maksimal. Melalui pendekatan ini, sumber daya atau unsur-unsur pondok pesantren termasuk guru atau kyai, masjid, santri, kitab-kitab klasik hingga ilmu pengetahuan yang baru dapat didayagunakan dalam proses pendidikan life skills secara berkelanjutan untuk membangun manusia yang memiliki paham ilmu pengetahuan, potensi kemasyarakatan, dan pembangunan wilayah. Hal ini berujung pada penciptaan Sumber Daya Manusia yang produktif dan berdaya saing sehingga tidak hanya menjadi penempa nilai-nilai spiritual saja, tetapi juga mampu meningkatkan kecerdasan sosial, dan ketrampilan dalam membangun

masyarakat di sekitarnya. Ini dimulai dari kemempuan pesantren memberdayakan potensi-potensi yang ada di lingkungannya yang dilakukan oleh Sumber Daya Manusia yang ada di pesantren itu sendiri.

Kecakapan hidup (*life skill*) adalah kemampuan dan keberanian untuk menghadapi problema kehidupan, kemudian secara proaktif dan kreatif, mencari dan menemukan solusi untuk mengatasinya. Kecakapan hidup merupakan orientasi pendidikan yang mensinergikan mata pelajaran menjadi kecakapan hidup yang diperlukan seseorang, di manapun ia berada, bekerja atau tidak bekerja, apapun profesinya.

Pengembangan pendidikan pesentren perlu ditekankan pada pengembangan kurikulum baik pengetahuan umum, ketrampilan dan usaha-usaha produktif yang berorientasi pada life skill education, yang selama ini menjadi kelemahan sistem pendidikan di pondok pesantren. Unsur-unsur modernitas yang perlu diakomodasi oleh pesantren antara lain, *leadership*, organisasi, manajemen, kurikulum dan sistem pembelajaran yang selaras dan seimbang, maka pondok pesantren tidak akan kalah bersaing dengan pendidikan umum yang bukan pondok pesantren. Untuk menciptakan itu semua maka diperlukan pola pengembangan sistem pendidikan khususnya di Madura.

Pola itu antara lain: Pertama, adalah pola integrasi (integrative design) antara sistem pendidikan pesantren (*salaf*) dan sistem pendidikan sekolah (*kholaf*) yang dipadukan secara total, harmonis dan komprehensif dengan dengan identitas masing-masing. Kedua yaitu pola konvergensi (*Convergentive Design*) yang memadukan antara sistem pendidikan sekolah dan pesantren tapi tetap mempertahankan identitas masing-masing. Model yang akan dikembangkan di atas paling tidak memiliki beberapa komponen bantuan berikut.

Pertama adalah pemberian dana atau modal bergulir atau ventura yang dikaitkan dengan pengembangan potensi wilayah. Dalam hal ini bantuan dana bisa berasal dari pemerintah dengan mengajukan proposal, atau dari pihak pondok pesantren itu sendiri, baik dari donatur atau dana yang dianggarkan di ART.

Kedua adalah pendampingan tenaga ahli dari perguruan tinggi, meliputi transfer teknologi dari perguruan tinggi ke pesantren, yang mencakup sumber, buku-buku atau media tulis pendukung kepariwisataan lainnya. Para santri diajarkan teori umum kepariwisataan, kemudian mereka mengadakan praktik di tempat lain sehingga para santri tidak hanya mendapatkan gambaran teorinya saja, tetapi juga praktek lapangan sehingga mereka lebih faham dan ingat, serta bisa mempraktekkannya lagi bila diperlukan.

Ketiga adalah penggunaan *Information Communication Technologi* (ICT) untuk mendukung kegiatan dan akses informasi pariwisata. Dana atau modal bergulir atau ventura awal digunakan untuk melengkapi sarana prasarana pariwiata yang dikelola bersama antara pesantren dan desa, dan dana-dana berikutnya digunakan untuk pengembangannya, sehingga akses informasi pariwisata bisa dilakukan secara maksimal.

Keempat adalah pengadaan dan pengembangan teknologi atau peralatan produksi alat-alat promosi dan branding untuk meningkatkan potensi lokal. Peralatan teknologi mencakup hard ware dan *software* serta peralatan lain yang mendukung pengembangan teknologi komunikasi dan kepariwisataan.

Apabila cara-cara pengembangan dari pemerintah kurang berhasil, maka dapat dilakukan pemaksimalan potensi pondok pesantren itu sendiri. Adapun cara-cara ini adalah sebagai berikut:

Pertama adalah mendatangkan instruktur kepariwisataan untuk melatih kursus pariwisata. Kedua adalah pengadaan pelatihan keterampilan bahasa Inggris dan kewajiban menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi sehari-hari sehingga secara sadar atau tidak mereka telah memiliki kemampuan berbahasa Inggris. Bahasa Inggris merupakan salah satu faktor terpenting dalam pariwisata. Ketiga memanfaatkan kesenian daerah yang bernafaskan Islami seperti hadrah untuk digunakan sebagai sarana promosi dan bisnis wisata dengan cara melakukan perekaman dan menjualnya ke khalayak ramai, sehingga kegiatan ini mendapatkan nilai lebih, karena selain berorientasi pada syiar Islam, kegiatan ini juga mendapatkan untung dari segi bisnis. Keempat adalah mengundang pembatik tradisional khas tanjung bumi untuk memberikan pelatihan membatik. Pemateri membatik dapat mendiskusikan motif batik apa

yang mungkin bisa dijadikan sebagai corak khas dari pondok pesantren dan pariwisata di daerah tersebut. Kelima adalah pelatihan sablon dan percetakan, dengan mendatangkan praktisi sablon atau percetakan ke pondok pesantren dan mengajarkan ilmu mereka langsung kepada para santri. Sambil lalu, santri bisa menyablon spanduk atau mencetak undangan untuk kegiatan pondok, dan promosi daerah kunjungan wisata di sekitar pondok.

Referensi

De Jonge, H. (2012). *Garam Kekerasan dan Aduan Sapi Esai-Esai Tentang Orang Madura dan Kebudayaan Madura*. Yogyakarta. Lkis

Pitana, Gde. (2007). Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta. Andi

Peraturan Presiden No. 27 tahun 2008 Tentang Pengembangan Wilayah Surabaya-Madura

Soekanto, Soerjono. (2006). Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Soemardjan, Selo. (1972). Peranan Ilmu-ilmu Sosial di dalam Pembagunan, Pidato Ilmiah pada Dies Natalis U.I. ke XXII, Jakarta: Universitas Indonesia.

Tarigan, Robinson. (2007). *"Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi Edisi Revisi* , Bumi Aksara, Jakarta,

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

Wahyudi, Hendra. (2009). *Potensi Air Tanah di Pulau Madura* dalam Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Prasarana Wilayah

Wiyata, A. Latief. (2006). *Carok, Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*. Yogyakarta: LKiS.

Wiyata, A. Latief. (2002). *Carok, Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*. Yogyakarta: LKiS.

CULTURE ON A PLATE: CULINARY BRANDING BEBEK MADURA

Oleh:
Yuliana Rakhmawati

Madura dikenal dengan keunikan dalam budaya dan cita rasa otentik kuliner daerah. Salah satu makanan yang menjadi trademark Pulau Garam ini adalah aneka olahan bebek seperti bebek bumbu rica, bebek hitam pedas, bebek goreng, bebek songkem dan lain sebagainya. Kuliner bebek di Madura berkembang dengan positif tidak terlepas keberadaan Suramadu dan wisata religi. Banyaknya peminat kuliner Madura khususnya aneka olahan bebek mendorong tumbuh dan berkembangnya usaha kuliner bebek di Madura. Momen menjamurnya usaha kuliner bebek dalam perspektif strategis dapat digunakan sebagai branding bukan saja dalam dimensi bisnis tetapi mengangkat kuliner sebagai bagian dari identitas budayayang secara de facto akan memperkaya khasanah kuliner bangsa (Y. R).

***

Dalam kesehariannya, manusia hadir dalam ragam konteks pun beragam identitas yang melekat akan bersilih hadir dan ditampilkan. Dengan proses interaksi secara terus menerus, identitas dibentuk dan dikembangkan. Identitas salah satunya dibentuk oleh unit terkecil dari budaya yaitu keluarga. Dalam proses pembentukan identitas tersebut, akan lahir bermacam identitas dalam diri individu di antaranya: identitas rasial, identitas etnisitas, identitas jender, identitas

nasional, identitas kedaerahan, identitas organisasi, identitas pribadi, identitas siber dan identitas fantasi.

Samovar (2010) menyebutkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh budaya dalam pembentukan identitas dilakukan atas beberapa asumsi karakter dari budaya diantarnya: *pertama* budaya adalah sesuatu yang dipelajari (*culture is learned*), *kedua* budaya bekerja karena dibagikan (*culture is shared*), *ketiga* budaya dipindahkan dari satu generasi ke generasi selanjutnya (*culture is transmitted from generation to generation*), *keempat* budaya adalah entitas dengan basis simbol (*culture is based on symbols*), *kelima* budaya adalah sesuatu yang dinamis (*culture is dynamic*) dan *keenam* budaya adalah sistem yang terintegrasi (*culture is integrated system*).

Konsep identitas sebenarnya adalah sesuatu yang abstrak, kompleks dan dinamis. Sebagai hasil dari rangkaian karakter, identitas tidaklah mudah untuk didefinisikan. Hall (2005: 108-109) dalam Samovar (2010: 153) menawarkan rentangan kategorisasi dari identitas mulai dari yang bersifat personal, relasional sampai komunal. Pembagian identitas tersebut sebagai konsekuensi atas hadirnya konteks dalam interaksi. Identitas merupakan produk dari praktik hubungan individu dengan individu lainnya seperti pasangan suami-istri, anak-orang tua, guru-murid, rekan kerja dan sebagainya. Identitas komunal terjadi dalam lingkup yang lebih besar seperti kebangsaan, etnisitas, afiliasi jender, agama atau kepemilikan politik.

Gudykunst (2004) menyediakan klasifikasi lebih lanjut dari jenis identitas. Dalam konteks komunikasi antar budaya, identitas komunal dilekatkan dalam kategori identitas sosial. Identitas tersebut terlihat dalam kelekatan demografis seperti kewarganegaraan, etnisitas, usia, kelas sosial, atribut yang melekat atas peran sosial (misalnya sebagai pelajar, dosen, orang tua, guru pendamping), keanggotaan dalam organisasi baik formal atau informal atau pada kelompok stigmatisasi (tuna wisma, ODHA dan sebagainya).

Beberapa kebiasaan dalam budaya tertentu dapat menjadi pengesahan identitas. Pola pembentukan identitas yang terjadi berlangsung secara dinamis, di satu sisi terikat pada tradisi, akan tetapi di sisi lain dapat berkembang sebagai bentuk pencapaian posisi equilibrium peradaban. Latane dkk (1996) dalam Griffin (2005) dan Forsyth (2009)

menyajikan pola perubahan budaya dalam *Dynamic Social Impact Theory* (DSIT). Teori ini menjelaskan bagaimana budaya muncul dan berubah pada tingkat kelompok. Dalam DSIT, kelompok ditempatkan sebagai sistem kompleks yang terus berubah dan tidak pernah statis. Kelompok yang terdistribusi secara spasial dan berinteraksi berulang kali mengatur dan mengatur diri dalam empat pola dasar: konsolidasi, pengelompokan, korelasi, dan keragaman berkelanjutan. Pola ini memungkinkan dinamika kelompok beroperasi dan gagasan disebarkan ke seluruh kelompok.

Identitas sebagai penanda atas indikator-indikator tertentu merupakan faktor penting untuk menunjukkan perbedaan antara 'saya' dan 'anda'. Dengan identitas jugalah 'saya' dan 'anda' atau 'kita' dan 'mereka' dapat terhubung dan berinteraksi. Dalam pembentukan identitas, berkembang pula hubungan personal dan emosional di antara pemangku identitas yang mempunyai proksimitas. Identitas dapat tercermin dalam bahasa, aksen atau nama keluarga.

Ting-Toomey (2003) dalam Littlejohn (2009) menganggap identitas sebagai pembentukan konsepsi diri atau citra diri sendiri yang masing-masing dari individu dapatkan dari lingkaran pengaruhnya (keluarga, lingkungan pergaulan, peran jender, kulturosial budaya, etnik, dan relativitas individual). Identitas pada dasarnya mengacu pada reflektif pandangan diri kita sendiri dan persepsi lain tentang citra diri kita. Peran yang diberikan oleh identitas membawa kelekatan emosional kepada budaya yang lebih besar.

Identitas juga sering ditandai dengan keterlibatan pada acara-acara seremonial peringatan kejadian-kejadian tertentu. Upacara Tujuh Belas Agustus di Indonesia, Hari Bastille di Prancis, dan perayaan hari kemerdekaan di negara-negara lain berfungsi sebagai ekspresi dari identitas nasional. Karnaval Barongsai pada peringatan Imlek (*Lunar Year*) memiliki fungsi sebagai afirmasi kelekatan identitas etnisitas Tionghoa di Indonesia. Pawai tahunan Santo Patrick di New York merupakan kesempatan bagi orang-orang keturunan Irlandia untuk bangga dengan identitas etnik mereka. Perayaan *October Fest* memungkinkan orang menghidupkan kembali identitas Jerman mereka. Setiap musim panas, desa dan kota di seluruh Jepang mengadakan Festival Matsuri, yang didasarkan pada tradisi Shinto kuno

sebagai simbol kesatuan dalam masyarakat dan menawarkan kesempatan bagi para peserta untuk mengidentifikasi identitas regional mereka.

Dalam perspektif komunikasi, identitas dapat dilekatkan juga pada identitas budaya. Fong (2004) dalam Samovar (2010) memasukkan identitas rasial dan etnisitas dalam identitas budaya ini. Identitas budaya sebagai pengidentifikasian komunikasi sistem bersama secara simbolik verbal dan nonverbal. Termasuk dalam konteks ini adalah mekanisme berbagi tradisi, warisan, bahasa, dan norma perilaku yang sama. Identitas budaya bukan hanya melekat pada artefak-artefak yang diciptakan, melainkan juga hadir dalam cara hidup (*way of life*) dan nilai-nilai yang dikonstruksi oleh entitas.

Identitas budaya salah satunya dapat dilekatkan pada ikon-ikon budaya. Pada beberapa konteks ikon budaya tersebut dapat berwujud karya seni seperti tari-tarian, cara berpakaian, adat istiadat atau kuliner khas. Indonesia adalah negara yang memiliki begitu banyak ikon budaya daerah. Bahkan beberapa ikon budaya daerah Indonesia diangkat menjadi bagian dari produk budaya popular seniman luar negeri. Medio 1990an, grup band asal Denmark Michael Learns To Rock (MLTR) pernah menjadikan salah satu lokasi pantai di Bali menjadi tempat syuting video klip lagu Someday. Bali juga menjadi lokasi syuting artis senior Julia Robert menemukan cinta di film Eat Pray Love. Yang terkini, para penggemar band Coldplay di Indonesia patut berbangga, pasalnya, video klip baru Coldplay yang berjudul *Amazing Day* menampilkan beberapa ikon budaya dari Tanah Air seperti tarian Nusantara Saman khas Nangroe Aceh Darussalam dan tari topeng Jawa serta visualisasi *landscape* alam Indonesia. Sedangkan kuliner Nasi Padang menginspirasi Kvitland, grup musik asal Norwegia menciptakan lagu dengan judul yang sama.

Pada beberapa wilayah, kuliner juga menjadi identitas budaya yang diunggulkan. Andriani (2013) menuliskan bahwa ada lebih dari 5.300 jenis tercatat sebagai makanan asli Indonesia. Keberagaman jumlah kuliner nasional yang mencapai ribuan jenis itu, rupanya membuat pemerintah sedikit kesulitan menemukan kuliner yang secara khusus mewakili Indonesia. Hingga akhirnya, menjelang akhir 2012, ditetapkanlah 30 ikon kuliner Indonesia yang dinilai paling layak mewakili masakan nasional di kancah dunia internasional,

dengan Tumpeng Nusantara dikukuhkan sebagai pengikat dari ke-30 ikon kuliner tersebut.

Kuliner sebagai identitas budaya tidak dapat dilepaskan dari geografis asalnya. Lin (2010) melakukan riset hubungan antara identitas masakan Taiwan dengan destinasi wisatawan. Mehta (2005) menemukan kontribusi masakan ala Afrika Utara dan Karibia dalam menjalin hubungan diaspora antara Perancis dengan negara persemakmuran dibawahnya (Kepulauan Karibia, Afrika dan Asia). Beberapa kajian tentang identitas dan kuliner juga dilakukan oleh Palmer (2010), Timothy (2013) dan Zarski (n/a).

Branding sebagai Strategi *Public Relation*

Mungkin sebagian dari kita pernah mendengar beragam *tagline* seperti "Bandung Everlasting Beauty", "Semarang Variety of Culture", "Sparkling Surabaya", "Jogja Never Ending Asia", "Solo The Spirit of Java", "Enjoy Jakarta" dan lain sebagainya. Dengan menggunakan tagline-tagline tersebut, kota-kota tersebut sedang membangun dan menjaga citra kota (*city branding*). Potensi daerah dapat dimaksimalkan untuk melakukan *branding*.

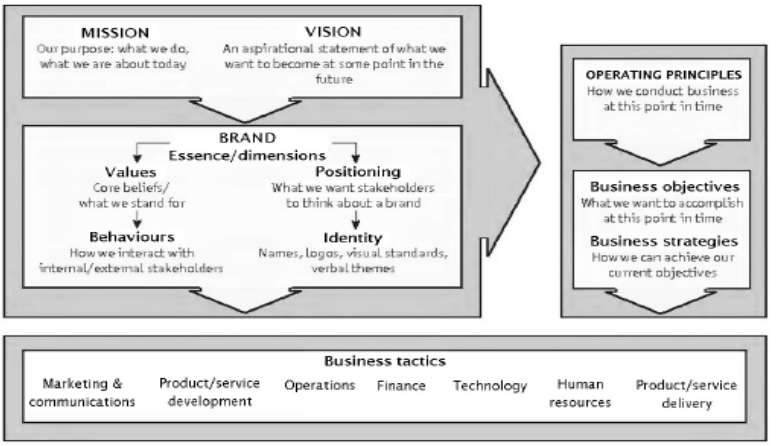
Sumber: Surya (2014)

Gambar 1. Branding beberapa daerah di Indonesia

Branding yang dilakukan oleh sebuah kota dapat mendatangkan beberapa keuntungan. Selain kontribusi devisa (*financial*) terhadap pendapatan asli daerah (PAD), *branding* juga dapat digunakan sebagai usaha pemulihan nama baik dan meningkatkan kredibilitas suatu wilayah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengenalkan suatu daerah sebagai wilayah yang potensial untuk kegiatan investasi, perdagangan, pariwisata, berbagai kegiatan komersial dan nonkomersial publik (Surya, 2014).Landa (2006) dalam Riadi (2017)

menyebutkan terdapat beberapa jenis *branding* yaitu: (1) *product branding*, (2) *personal branding*, (3) *corporate branding*, (4) *geographic branding*, (5) *cultural branding*.

Dalam sebuah proses *branding*, terlibat di dalamnya empat indikator yaitu: *value, behavior, positioning* dan *identity* (Mikáèová, 2014). Pembangunan *branding* bukan sekedar aktivitas penciptaan simbol visual, display produk, *tagline* yang mudah diingat melainkan juga membawa visi dan misi, prinsip serta strategi manajemen. *Branding* harusnya dapat menghasilkan produk yang mempunyai nilai diferensiasi dari produk lain yang sejenis. Reputasi, budaya dan nilai inti juga dikembangkan dalam branding bukan hanya fokus pada pemberian nilai tukar pada produk.



Sumber: Clifton & Simon (2003) dalam Mikáèová (2014: 833).

Gambar 2. Konteks Branding Organisasi

Hasil *branding* dapat berfungsi sebagai *"spoke person"* dalam pencarian legitimasi dan diharapkan dapat mempengaruhi sikap dan persepsi konsumen terhadap produk. *Branding* dilakukan bukan secara isolatif hanya untuk pemenuhan selera bisnis melainkan juga memberi kontribusi pada peningkatan *brand awareness* dan pravelensi dalam penguatan pada ragam sektor (*environment*) di luar organisasi seperti politik, budaya, sosial dan segmen-segmen nirlaba.

Public Relations (PR) umumnya juga terkait dengan kegiatan komunikasi yang dirancang untuk membangun dan mempertahankan citra dan hubungan dengan publiknya. Fungsi tersebut salah satunya

didapatkan dari aktivitas *branding*. Peran PR juga semakin diperluas menyesuaikan dengan semakin terbuka dan menipisnya batas antara fungsi-fungsi kehumasan, fungsi periklanan dan fungsi komunikasi pemasaran. Dalam kajian komunikasi, semakin menipisnya batas-batas tersebut sering diistilahkan dengan konvergensi komunikasi.

Branding dan *Public Relations* (PR) mempunyai kelekatan hubungan dalam fungsi dan praktik. Peran PR bukan hanya membawa produk bisnis dalam pasar melainkan juga diharapkan mampu membawa "pesan" strategis dalam aktivitasnya. Peran yang diberikan PR dalam menjalin komunikasi dengan khalayak kunci akan dapat digunakan untuk mempengaruhi hasil bisnis seperti dalam bentuk analisis media, analisis pembuatan kebijakan, identifikasi perlakuan kepada pelanggan dan pemegang saham. Semua elemen korporasi dalam konteks PR perlu mendapatkan "sentuhan". Manfaat fungsional dan emosional yang diberikan oleh aktivitas PR dapat bersinergi dalam *branding* dalam menciptakan kredibilitas dan komitmen kesadaran akan sebuah "*brand*".

Peran PR dalam pembentukan pesan *branding* organisasi semakin diperlukan. Keterlibatan PR dalam strategi periklanan dan strategi komunikasi organisasi menjadi penting setelah gagalnya dua strategi terdahulu tersebut dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen. Penggabungan kegiatan komunikasi juga harus mencakup peran PR dalam transmisi brand organisasi, produk, atau layanan. Selain itu, ketajaman PR dalam membangun hubungan dan kepercayaan berkontribusi pada nilai-nilai otentik organisasi, faktor kunci lain dalam *branding* dalam pasar kontemporer (Prindle, 2011).

Perkembangan pasar yang semakin dinamis mulai meninggalkan cara transaksi tradisional. Dalam pertukaran pasar klasik, pembeli akan secara detail bertanya tentang produk dan harus dijelaskan oleh penjual dengan uraian lisan. *Branding* dalam konteks transaksi tradisional lebih mendekati iklan *worth of mouth* (WoM). Memasuki era digital, media sosial juga turut serta mewarnai peran PR dan *branding*. Naveed (2012) dalam hasil risetnya menemukan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara peran sosial media terhadap *public relations*, *brand involvement* dan *brand commitment*.

Baytekin (2008) menyebutkan bahwa perubahan dimensi dari PR dihubungkan dengan efek globalisasi turut memberi dampak luar biasa kepada bisnis perusahaan. Manajemen PR perlu melakukan langkah-langkah *re-engineering*, manajemen kualitas total, pendekatan sig sixma, manajemen kegiatan, manajemen krisis, manajemen reputasi dan hubungan dengan konsumen. Manajemen reputasi oleh PR sering dieksekusi dengan strategi *branding* dan juga sebaliknya.

Bebek Madura: *Culinary Branding*

Branding kota merupakan usaha suatu wilayah untuk melekatkan identitas atau membangun *positioning* yang kuat agar dikenal secara luas oleh masyarakat di luarnya. Pemangku pemerintahan daerah sangat dianjurkan untuk membangun *brand* daerahmya dengan menonjolkan potensi yang unik dan baru untuk menarik sasaran positioningnya (Kartikasari, 2015).

Salah satu strategi untuk menampilkan potensi suatu wilayah dapat yang dilakukan dengan *branding*. Kompetisi dalam memberi gambaran tentang destinasi pada suatu wilayah dapat dikelola dengan *branding*. Mengapa sebuah kota perlu melakukan *branding*? Douglas B Holt (2004) dalam buku *How Brands Become Icons* menulis pentingnya *branding* untuk menciptakan ikon-ikon yang dapat dilekatkan secara positif pada produk. Nelson Mandela sampai Donald Trump, Agnes Mo sampai Ed Sheeran, CR7 dan sederet figur-figur lainnya yang dapat dengan mudah dilekatkan pada objek di luarnya merupakan contoh *branding* yang berhasil.

Branding bukan semata-mata tentang modal global melainkan lebih kepada kemampuan kreatif dalam memanfaatkan potensi. Porter (1985) menuliskan bahwa pada setiap kondisi kompetitif diperlukan kemampuan untuk menangkap dan mengemas potensi menjadi keunggulan kompetitif (*competitive advantages*). Membangun potensi lokal dan mengembangkannya menjadi sebuah ikon merupakan salah satu metode yang dapat digunakan oleh Madura dalam mengemas aset budaya menjadi indeks kelekatan yang positif.

Kuliner merupakan salah satu aset budaya yang dapat dijadikan *branding* bagi wilayah tertentu. Budaya dikonstruksi untuk melayani kebutuhan fundamental dan praktis dari masyarakatnya. Kuliner dalam konteks sebagai artifak budaya turut membentuk masyarakat

dan menjadi media transmisi budaya dari generasi kepada generasi selanjutnya. Koc (2002) menyebut kuliner bukan hanya merupakan sumber nutrisi dasar melainkan juga merupakan kunci dari sebuah kebudayaan. Identitas yang secara konstruksi sosial dibangun secara dinamis dalam formasi sosial yang mencerminkan keberadaan, struktural dan pengalaman hidup *founding father*.

Branding yang dilakukan dengan menggunakan potensi lokal juga dilakukan dalam diplomasi pemerintah Indonesia. Dengan kekayaan kuliner daerah Indonesia dilakukan *culinary branding* hingga ke forum-forum manca negara seperti dalam program *Indonesian Culinary Fair Tokyo 2016*. Sementara dari sisi komunikasi pariwisata, kuliner juga memberi kontribusi signifikan bagi daerah tujuan (destinasi). Penelitian Boyne dkk (2002), Graziani (2003) dalam Aruman (2014) menunjukkan bahwa wisatawan menghabiskan sekira 40-50% dari anggaran untuk kulier saat bepergian. Pada 2013 sektor kuliner tercatat memberikan kontribusi nilai tambah bruto sebesar Rp208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,5 persen dari tahun 2012-2013. Sektor kuliner juga menyerap tenaga kerja sebesar 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,26 persen. Unit usaha yang tercipta dari sektor kuliner tercatat sebesar 3,0 juta dengan rata-rata pertumbuhan 0,9 persen.

Pearson (2015) menuliskan, PBB (United Nation) bahkan perlu mengangkat kuliner lokal dan regional sebagai bentuk *heritage* yang harus dipertahankan. Melalui lembaganya yang bergerak dalam bidang reservasi budaya dan anak-anak (UNESCO), PBB mencanangkan kompetisi kota kreatif dengan basis kuliner "*UNESCO Gastronomic Cities: Using Food to Brand a City as a Cultural Icon*". Sampai saat ini terdapat lima kota yang mendapatkan penghargaan ini yaitu: Popayán Columbia (2005), Chengdu China (2010), Östersund Swedia (2010), Jeonju Korea Selatan (2012), and Zahlé Lebanon (2013).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tellstrom dkk (2006) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dalam asosiasi asal makanan lokal atau regional terhadap peminatan konsumen perkotaan pada produk makanan baru. Dalam analisisnya disebutkan bahwa budaya makanan lokal dan regional dapat dijadikan penemuan dalam mencerminkan gagasan konsumen *urban* atas kuliner daerah *rural*. Identitas kuliner suatu kawasan terdiri dari wawasan,

geografi, sejarah, etnis, dan etiket kuliner di kawasan tersebut. Kombinasi unsur-unsur ini mendefinisikan dan menyatukan orang, budaya, dan masakan sebagai satu kelompok yang berbeda (Hull, 2015).

Madura merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi lokal yang belum banyak dikembangkan. Selama ini potensi *heritage* yang sudah relatif dikembangkan baru potensi batik (Rakhmawati, 2015). Selain batik, kuliner lokal Madura merupakan potensi kearifan lokal yang dapat dikembangkan menjadi ikon *branding*. Dalam era persaingan *branding* destinasi, Madura perlu memperkenalkan bukan hanya kekayaan alamnya (Gili Labak, Giliyang, Pantai Sembilan dan sejumlah destinasi andalan lainnya). Kuliner bebek Madura dapat dijadikan salah satu strategi dalam berkompetisi dalam era persaingan modal global. Komodifikasi kuliner bebek Madura sebagai potensi lokal untuk membranding daerah. Dalam konsep regional, budaya daerah dapat dijadikan salah satu indikator faktor pembangun *branding*.

Gambar 3. Aneka Olahan bebek Madura

Ulasan tentang kuliner bebek Madura ini telah ditulis oleh berbagai entitas. Salah satu yang pernah mengulas tentang kuliner ini adalah para *blogger* penikmat sensasi kuliner. Review tentang kuliner khas Madura yang dilakukan oleh masyarakat umum ini sebenarnya merupakan kontribusi terhadap *branding* secara tidak langsung. Perkembangan media baru dalam konteks yang positif ikut memberi kontribusi pada strategi *branding*.

Kuliner bebek Madura sebagai sebuah ikon *branding* perlu juga melihat selera pasar dan loyalitas konsumen. Kreatifitas merupakan salah satu kunci *culinary branding* agar dapat berhasil. Pengemasan

kuliner bebek Madura bukan hanya dengan mengandalkan marketing mix: *product, place, promotion, price* melainkan juga perlu ditambahkan katalisator agar konsumen atau masyarakat luas mengenal *branding* ini.

Sebagai bagian dari promosi destinasi wisata, kuliner bebek Madura juga perlu didukung beberapa unsur yaitu: (1) daya tarik wisata (dapat dieksplor dan diperkenalkan melalui platform media sosial destinasi-destinasi alam), (2) aksesibilitas atau transportasi dan sarana insfrastuktur yang mendukung seperti jalan, armada, akomodasi, (3) pemberdayaan masyarakat di sekitar destinasi. Poin terakhir tersebut di dalamnya merangkum pengarahan dari instansi terkait untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa "*branding*" juga membutuhkan karakter *hospitality (Hospitality* dalam konsep studi kepariwisataan memiliki arti keramah tamahan, kesopanan, keakraban, rasa saling menghormati. Jika dikaitkan dengan industri pariwisata, dapat diibaratkan bahwa *hospitality* merupakan roh, jiwa, semangat dari pariwisata. Tanpa adanya *hospitality* dalam pariwisata, maka seluruh produk yang ditawarkan dalam pariwisata itu sendiri seperti benda mati yang tidak memiliki nilai untuk dijual. Lihat lebih lanjut pada buku Pendit (2007) dalam pengembangannya.

Pengembangan kuliner Madura sebagai salah satu ikon *branding* dapat diinisiasi oleh segenap entitas. Para pengusaha, regulator dan masyarakat setempat harus bersinergi dalam membranding kuliner bebek Madura. Kedepannya segenap entitas tersebut perlu menggandeng beberapa pihak seperti Asosiasi Kuliner Indonesia, Akademi Gastronomi Indonesia, Aku Cinta Masakan Indonesia, Asosiasi Chef Club Indonesia dalam mengembangkan strategi *branding* kuliner bebek Madura bukan hanya sebagai salah satu destinasi melainkan juga memberikan semangat kepada masyarakat untuk semakin mencintai budaya Indonesia melalui makanan serta mendorong regulator turut berperan aktif dalam mengembangkan potensi keunggulan lokal dalam hal ini adalah kuliner daerah dan mengangkatnya menjadi ikon *branding*.

Referensi

Aruman, Edhy. (2014). *Apa Hubungan Kuliner dan Destinasi Wisata?* dari http://mix.co.id/marcomm/brand-communication/branding/apa-hubungan-kuliner-dan-destinasi-wisata (diakses 20 Mei 2017)

Andriani, Dewi. (2013). *Kuliner Indonesia, Potensi Masakan Nusantara di Pasar Dunia* dari http://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia (diakses 20 Mei 2017)

Baytekin, E. Pelin; Mine Yeniçeri Alemdar; Nahit Erdem Köker. (2012). *The Changing Dimensions Of Public Relations: The Relationship Between Brand Management And Public Relations*. Journal of Yasar University, 3(11), 1487-1507

Forsyth, D.R. (2009). *Group Dynamics*: New York: Wadsworth.

Griffin, EM; Andrew Ledbetter (2005). *A First Look At Communication Theory*. Mcgraw-Hill Education.

Holt, Douglas W. (2004). *How Brands Become Icons*. Harvard Business School Publishing Corporation.

Hull, Gordon. (2015). *Cultural Branding, Geographic Source Indicators and Commodification*. *Theory, Culture & Society* 1–21 DOI: 10.1177/0263276415583140

Kartikasari, Nakdia. (2015). *City Branding 98 Kota di Indonesia? dari*https://medium.com/sadeva-satyagraha/city-branding-98-kota-di-indonesia-4606fdc54254 diakses 20 Mei 2017

Koc, Mustafa; Jennifer Welsh. (2001). *Food, Foodways and Immigrant Experience. Multiculturalism Program, Department of Canadian Heritage at the Canadian Ethnic Studies Association Conference* dalam http://canada.metropolis.net/EVENTS/ethnocultural/publications/aliments_e.pdf (diakses 25 Mei 2017)

Bebek Sinjay Kuliner Bebek Madura. (2016). https://www.travelaper.com/2016/07/bebek-sinjay-kuliner-bebek-Madura-dan.html. (diakses 25 Mei 2017)

Madura Bebek Sinjay vs Bebek Songkem. (2016). https://lifetimejourney.me/2016/01/11/Madura-bebek-sinjay-vs-bebek-songkem/. (diakses 25 Mei 2017)

Menjelajahi Nasi Bebek Khas Madura. (2015). http://catatansijarijempol.blogspot.co.id/2015/10/menjelajahi-nasi-bebek-khas-Madura.html. (diakses 25 Mei 2017)

Menjelajahi Kuliner Bebek Khas Madura. (2015). http://www.sarihusada.co.id/Nutrisi-Untuk-Bangsa/Aktivitas/Jelajah-Gizi/Menjelajahi-Kuliner-Bebek-khas-Madura. (diakses 25 Mei 2017)

Ke Madura Demi Lezatnya Nasi Bebek Sinjay. (2014). https://travel.detik.com/dtravelers_stories/u-2411872/ke-Madura-demi-lezatnya-nasi-bebek-sinjay. (diakses pada 25 Mei 2017)

Lin, Yi-Chin; Thomas E. Pearson; Liping A. Cai. (2010). *Food as a Form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective*. *Tourism and Hospitality Research* 11: 30. DOI: 10.1057/thr.2010.22

Littlejohn, Stephen W; Karen A Foss (ed). (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks. Sage.

Mehta, Brinda J. (2005). Culinary Diasporas: Identity And The Language Of Food In Gisèle Pineau's *UnPapillon Dans La Cité* And *L'Exil Selon Julia* . International Journal Of Francophone Studies Volume 8 Number 1 Doi: 10.1386/Ijfs.8.1.23/1

Mikáèová, Lenka; Petra Gavlaková. (2014). The role of public relations in branding. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 110 832 - 840 doi: 10.1016/j.sbspro.2013.12.928

Naveed, Noor-e-Hira. (2012). Role of Social Media on Public Relation, Brand Involvement and Brand Commitment. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. January 2012 Vol 3, No 9 pp. 904-913

Palmer, Catherine; John Cooper; Peter Burns (2010). Culture, Identity, AndBelonging In The ''Culinary Underbelly''VOL. 4 NO. 4, Pp. 311-326,

DOI 10.1108/17506181011081497

Pearson, David; Thomas Pearson. (2015). Branding Food Culture: UNESCO Creative Cities of Gastronomy, Journal of Food Products Marketing, DOI:10.1080/10454446.2014.1000441

Pendit, Nyoman S. (2007). *½ Abad Pariwisata Indonesia Mensejahterakan Masyarakat: Pengalaman Masa Lalu, Kiprah Kerja Hari ini, Prospek dan Harapan Esok Hari*. Jakarta. Masyarakat Pariwisata Indonesia.

Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage*. New York. Free Press.

Prindle, Ron. (2011). *A Public Relations Role in Brand Messaging*. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 18; October 2011 pp.32-36

Rakhmawati, Yuliana. (2015). Batik Madura: Heritage Cyberbranding. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 9 No 2 September 2015.

Riadi, Muchlisin. (2017). *Pengertian, Tujuan, Unsur dan Jenis-jenis Branding* dari http://www.kajianpustaka.com/2017/01/pengertian-tujuan-unsur-dan-jenis-branding.html diakses 20 Mei 2017

Samovar, Larry A; Richard E. Porter. (2010). *Communication Between Cultures,7th*. Boston. Wadsworth, Cengage Learning.

Surya, Silvester (2014). *City Branding, Sarana Promosi Daerah*. http://silsurya.blog.uns.ac.id/2014/08/26/city-branding-sarana-promosi-daerah/ diakses 20 Mei 2017

Tellstrom, Richard; Inga-Britt Gustafsson; Lena Mossberg. (2006). *Consuming Heritage: The Use Of Local Food Culture In Branding. Place Branding* Vol. 2, 2, 130–143

Timothy, Dallen J.; Amos S. Ron. (2013). *Understanding Heritage Cuisines And Tourism: Identity, Image, Authenticity, And Change. Journal of Heritage Tourism* 8:2-3, 99-104, DOI: 10.1080/1743873X.2013.767818

Żarski, Waldemar (n/a). *Culinary Identity As The Determinant of Cultural Distinctiveness in Silesia and The Vilnius Region.* doi:10.7592/EP.2.zarski.

ALASAN DAN TUJUAN PEDAGANG MADURA MEMBENTUK KELOMPOK DI TEMPAT PERANTAUANNYA

Oleh:
Triyo Utomo & Millatul Mahmudah

Pedagang Madura perantauan membentuk kelompok didasarkan pada kebutuhan untuk berinteraksi antar sesama anggota, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan akan status, dan kedekatan tempat kerja. Selain itu, kelompok tersebut dibuat untuk menyelesaikan ataupun mencapai tujuan mereka masing-masing, yakni untuk mencari keuntungan tersendiri yang akan bermanfaat untuk menafkahi keluarga mereka yang menanti di rumah masing-masing. Para pedagang Madura yang berada di luar pulau Madura tersebut membentuk kelompok karena merasa memiliki kesamaan berdasarkan etnisnya. Ini sesuai dengan motto orang Madura, "Settong Dara, Taretan Dhibi", yang artinya "Satu Darah Saudara Sendiri (T.U & M.M)."

***

Madura adalah suatu etnis yang populasinya cukup besar di Indonesia. Anggapan Suku Madura yang terkenal dengan sifatnya keras, kasar dan suka kekerasan membuat sebagian masyarakat mempunyai streotipe negatif terhadap Madura. Untungnya, di jaman sekarang, stereotipe seperti itu tidaklah demikian terlihat. Ini disebabkan karena di pelosok-pelosok desa di Madura, ada banyak kaum muda yang sudah mampu membawa dan menerapkan ilmunya dalam menghadapi berbagai persoalan-persoalan yang ada, dan

mengikis stereotipe ini secara perlahan. Di jaman sekarang, tidaklah mudah bagi kita untuk menjumpai dalam kehidupan sehari-hari orang Madura, adanya prosesi bunuh-membunuh yang dikenal sebagai *Carok*.

Orang Madura pada dasarnya adalah orang yang mempunyai etos kerja yang tinggi, ramah, giat bekerja, ulet dan tangguh. Sifat ini terbentuk oleh salah satu sifat dasarnya yaitu sifat yang keras. Ini berarti, bahwa orang Madura adalah orang identik dengan pekerja keras. Tidaklah heran jika orang Madura terutama para lelaki bekerja keras untuk menafkahi kehidupan keluarganya. Mereka harus bekerja keras karena wilayah Madura kurang memiliki iklim yang cukup baik untuk bertani. Tidak seperti daerah lain, misalnya Jawa, yang memiliki tanah subur dan mudah mencari air.

Kebanyakan dari laki-laki Madura memilih jalan untuk merantau. Mereka lebih suka merantau, salah satunya karena kondisi mereka yang merasa mempunyai tanggungan yang wajib dan harus dipenuhi, yakni tanggungan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Orang perantauan asal Madura umumnya berprofesi sebagai pedagang, misalnya: jual beli besi tua, pedagang asongan, dan pedagang pasar. Tidak heran jika sebagian kelompok Madura yang merantau tersebut, satu sama lain saling dukung-mendukung dalam memenuhi kebutuhan kehidupan mereka yang keras di luar sana.

Orang Madura yang tinggal di kota lain yang kita kenal sebagai orang Madura perantauan, mereka kebanyakan menyatu atau membuat kelompok-kelompok sendiri. Dengan adanya kelompok-kelompok tersebut mereka saling mendukung dan saling membantu demi tercapainya tujuan mereka masing-masing yakni keuntungan mereka dalam menjadi seorang pedagang yang sukses. Dalam menjual dagangan mereka, untuk meminimalisir konflik diantara mereka semua, mereka biasanya akan bermusyarah untuk membahas suatu keputusan dalam menetapkan suatu harga minimum untuk diperjual-belikan. Sehingga, sangat jarang sekali adanya konflik diantara mereka.

Jika ada kelompok perantauan yang baru datang dari Madura, biasanya mereka menyambutnya dengan sangat hangat. Bagi mereka, saudara seperantauan adalah satu ikatan darah yang tidak bisa ditukar dengan apapun. Solidaritas yang kuat antar migran Madura

diwadahi dengan adanya suatu perkumpulan migran Madura yang menjadi simpul kuat sebagai pegangan untuk dapat mengembangkan usaha dagang mereka masing-masing. Solidaritas orang-orang Madura dalam kegiatan ekonomi dapat dilihat dalam pasar-pasar, di antaranya mereka saling membantu, baik dalam penjualan maupun pembelian barang.

Jika suatu tempat telah diduduki oleh orang Madura, maka biasanya dominasi orang Madura terhadap kawasan itu semakin besar. Pola penyebaran orang Jawa dan orang Madura pada struktur kekuasaan dan pekerjaan akan membentuk pelapisan sosial. Terdapat pelapisan yang jelas yang membedakan kedudukan antara orang Jawa yang lebih berorientasi pada sektor formal (PNS, guru, pegawai), sedangkan orang Madura pada sektor informal (pedagang besi tua, barang bekas, penjual makanan, dan lain-lain).

Kelompok masyarakat merupakan kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain serta memiliki tujuan bersama (Yuwono dkk, 2005). Hal ini sejalan dengan keadaan kelompok pedagang Madura yang merantau. Mereka saling berkumpul menjadi satu kesatuan dan saling berinteraksi serta bersama-sama untuk mewujudkan tujuan bersama yakni mencari nafkah untuk memenuhi kewajiban kebutuhan keluarga mereka.

Ada beberapa alasan kenapa orang Madura membentuk suatu kelompok. Berikut adalah alasannya:

1) Mengurangi perasaan tidak aman. Hal ini dapat diketahui bahwa mereka secara sengaja membuat kelompok-kelompok tersebut di kota perantauan agar tidak sendiri-sendiri (untuk mengurangi perasaan tidakaman). Jika suatu waktu terdapat konflik, masalah ini akan diatasi secara bersama, terutama ketika konfliknya berasal dari *outgroup*.
2) Kebanggaan diri karena menjadi bagian dari kelompok tertentu. Hal ini dapat diketahui dengan cara ketika mereka menghubungi keluarga mereka di kampung halaman, biasanya sebagian dari mereka akan menceritakan keadaannya di sana kepada keluarganya yang ada di Madura dan akan bersyukur bisa bersama teman satu daerah di kota orang (*non* Madura).

3) Mendapatkan harga diri yg lebih baik. Hal ini dapat dilihat bahwa mereka dalam menjalin dan membuat kelompok tersebut akan lebih mendapatkan harga diri dan pengakuan dari para *migran Madura daripada* mereka yang memilih merantau sendiri serta tidak menemukan adanya suatu kelompok dari daerah mereka masing-masing.
4) Memenuhi kebutuhan afiliasi. Hal ini dapat dilihat dari cara mereka berhubungan dan membentuk kerjasama ketika memilih merantau.
5) Memuaskan kebutuhan untuk menguasai orang lain. Hal ini dapat diketahui dari bagaimana mereka ingin menguasai para pembeli agar keuntungan yang diperoleh dapat meningkatkan kehidupan mereka bersama.
6) Mencapai prestasi atas tujuan yang telah ditetapkan oleh kelompok. Dalam hal ini prestasi atau kesuksesan mereka dalam berdagang (merantau) adalah dalam rangka untuk mencari keuntungan bersama dan memenuhi tanggungjawab keluarga mereka masing-masing.

Pedagang Madura perantauan membentuk dan berada dalam suatu kelompok karena mempunyai beberapa tujuan. Hal ini sejalan dengan tujuan-tujuan dari adanya kelompok. Berikut ini adalah penjelasannya:

1) Kebutuhan interaksi anggota. Hal ini dapat dilihat apabila pedagang Madura perantauan memilih untuk meminimalisir konflik dalam *ingroup*, biasanya mereka akan melakukan musyawarah terlebih dahulu dalam menetapkan harga minimum patokan barang yang akan mereka jual. Jadi secara tidak langsung akan melibatkan kebutuhan dalam berinteraksi antaranggota.
2) Kebutuhan akan keamanan. Hal ini dapat dilihat bahwa pedagang Madura perantauan secara sengaja membuat kelompok-kelompok tersebut di kota perantauan agar tidak sendiri-sendiri (untuk mengurangi perasaan tidak aman). Mereka percaya bahwa bahwa berada dalam kelompok, utamanya kelompok seperantauan, mereka akan merasakan keamanan. Jika suatu waktu terdapat konflik, konflik ini akan diatasi secara bersama, terutama ketika penyebab konfliknya berasal dari *outgroup*.

3) Kebutuhan akan status. Ketika para pedagang Madura perantauan baru datang dan memilih untuk bergabung dengan saudara seperantauan mereka, mereka secara tidak langsung membutuhkan adanya suatu status dalam kelompok tersebut dan ujung-ujungnya juga akan berdampak dalam mengurangi rasa tidak aman jika harus merantau menyendiri.
4) Kedekatan tempat kerja. Kedekatan tempat kerja diantara mereka membutuhkan adanya suatu kelompok dalam mengurangi adanya suatu konflik *ingroup* agar tidak terjadi suatu persaingan-persaingan harga dengan konsekuensi harga-harga yang dapat melonjak tak terkendali (harga naik drastis).
5) Tujuan bersama. Hal ini dapat diketahui dengan adanya tujuan mereka bersama yakni mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dan untuk memenuhi kewajiban keluarga mereka di rumah yakni mencari nafkah.

Para pedagang Madura yang berada di perantauan biasanya akan membentuk kelompok tersendiri. Sehingga dengan adanya kelompok tersebut diharapkan dapat meningkatkan solidaritas dan mempererat tali persaudaraan mereka walaupun berada di luar pulau Madura. Solidaritas yang ada pada kelompok pedagang Madura perantauan tersebut biasanya muncul ketika dihadapkan pada suatu masalah.

Masalah itu akan diselesaikannya dengan cara bermusyawarah terlebih dahulu, seperti misalnya untuk meminimalkan masalah dalam persaingan penjualan, mereka akan bermusyawarah terlebih dahulu untuk menetapkan patokan harga minimum yang akan mereka jual. Para pedagang Madura perantauan berkeyakinan bahwa sesama etnis harus saling membantu dan diusahakan agar konflik tidak terjadi di antara mereka.

Referensi

Hak Ciptamilik IPB (Institut Pertanian Bogor), Bogor Agricultural University. http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/59046/10/BAB%20VIII%20Diaspora%20Madura.pdf. Diakses pada tanggal 24 Juni 2017.

http://digilib.uinsby.ac.id/8451/4/Bab2.pdf. Diakses pada 24 Juni 2017

Alfia, Triwik & Turhan, Muhammad. (2015). *Pola Interaksi Sosial Antar Pedagang di Wilayah Ampel Surabaya.* Volume 02 Nomor 03 Tahun 2015, 497-511.

Yuwono, Ino, dkk. (2005). *Psikologi Industri & Organisasi*. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.

LOKALITAS DAN MASYARAKAT IMAJINER: POTRET KEARIFAN KEHIDUPAN SOSIAL PETANI MADURA

Oleh:
Iskandar Dzulkarnain

Kyai dan nilai-nilai kearifan lokal Madura telah mampu melawan semua isu ideologisasi dan propaganda pemerintahan dalam mendengungkan pembangunan dan industrialisasi untuk kesejahteraan kaum petani yang semakin teralienasi dan termarjinalkan. Artinya, nilai-nilai lokalitas dan kepemimpinan lokal (Kyai) ternyata mampu melawan hegemoni kapitalisme (industrialisasi) dan ideologisasi pemerintah seolah-olah gerakan sosial petani adalah komunis. Pada akhirnya petani tidak lagi menjadi masyarakat yang imajiner, namun masyarakat yang mampu bergerak untuk melakukan perubahan kehidupan mereka (I.D).

***

Menurut Bennedict Anderson (2001: 6-11), bangsa bukanlah tumbuhan atau tanaman yang tumbuh secara alamiah, hanya dikarenakan ia menjadi organisasi sosial yang sangat penting dalam dunia modern dan bukan berarti ia juga ada dengan sendirinya, *just there*, namun sama dengan konstruks lainnya, ia terbentuk dan dibentuk secara sosial-diskursif. Karenanya, bangsa dianggap sebagai *an imagined political community and imagined as inherently limited and sovereign*. Sedangkan nasionalisme, adalah konstruksi ideologis diskursif yang dengannya bangsa itu dibayangkan. Adapun fungsinya menurut Giddens (1985: 121) untuk menegaskan kohesi teritorial dan kualitas reflektif negara-negara.

Dengan demikian, imajinasi tersebut sangat beragam, karena bangsa itu sendiri terdiri dari beragam unsur sosial, baik karena etnis, kelas, pendidikan, gender, umur, seksualitas, dan lain sebagainya. Imajinasi yang beragam itu oleh karenanya ditransformasikan menjadi satu dengan pondasi ideologis dan memori historis tertentu. Karena itulah Smith (1991: 14) mendefinisikan bangsa sebagai sekumpulan penduduk bernama yang mempunyai sebuah wilayah bersejarah, historis, mitos, dan kultur publik, ekonomi, dan kewajiban bersama, serta hak-hak hukum bagi semua warganya.

Oleh karena itu, bangsa merupakan sebuah fenomena modern, sejarah, dan kebersamaan yang dibentuk dan dibayangkan, dengan cepat dan secara terus-menerus oleh banyak orang. Dengan bantuan kapitalisme dan media serta teknologi percetakan, proses ini menjadi semakin lancar. Dengan demikian, bangsa memang ada melalui sistem pemaknaan (*a system of signification*) (Anderson, 2001: 47). Karena reproduksi secara terus-menerus tersebutlah, nasionalisme tidak akan pernah konstan, ia selalu memperbarui diri, dan pada saat yang sama mendukung dan sekaligus didukung oleh berbagai institusi sosial yang membentang dari keluarga, sekolah, pemerintah, agama, dan tentunya juga media massa.

Sedangkan identitas nasional, Anderson (2001) menyebutnya sebagai suatu imajinasi diskursif (*discursif imagining*) yang menegaskan nilai-nilai, sejarah, pandangan hidup dan cita-cita bersama yang menyatukan banyak orang di bawah satu ikatan. Oleh karena itu, identitas nasional tersebut tidak akan pernah netral. Identitas nasional akan selalu memihak ideologi kelas tertentu, berpihak pada ideologi ras dan bangsa tertentu, memihak ideologi gender tertentu, dan berpihak pada ideologi-ideologi tertentu (Alimi, 2004: 18). Meskipun demikian, penulis di sini hanya akan memfokuskan diri pada dua isu, yakni keberpihakan terhadap ideologi ekonomi kelas kapital dan *globalisasi industry* terkait semakin teralienasinya masyarakat agraris Madura.

Pengusaha dan Globalisasi Industri–Masyarakat Agraris yang Terbuang

Masyarakat sebagai bagian kehidupan kemanusian merupakan sebuah gejala sosial yang harus dipikirkan secara sistematis. Hal

ini tidak lepas dari sejarah sosiologi yang dimulai dari abad ke-17 dan abad ke-18, dimana sosiologi tidak hanya berbicara terkait persoalan norma sosial, nilai sosial, namun juga terkait struktur kelas sosial ekonomi, pembagian kekuasaan, dan stratifikasi sosial. Lahirnya pemikiran yang sistematis mengenai masyarakat sangat dipengaruhi oleh beragam persoalan masalah yang ada di masyarakat. Sosiolog tentu tidak akan menerima dan membiarkan masalah-masalah tersebut sebagai fenomena sosial yang hanya diterima begitu saja. Oleh karenanya, lahirnya Sosiologi dimulai dengan rasa heran terhadap berbagai fenomena-fenomena sosial di masyarakat (Layendecker, 1983: 1). Dengan demikian, ilmu pengetahuan sosiologi akan mengalami perubahan yang sangat cepat di suatu waktu tertentu. Maka itu, sejarah Sosiologi sangat berhubung dengan ruang yang disketsakan dalam masyarakat Eropa, yakni masyarakat zaman pertengahan, lahirnya kapitalisme dan revolusi industri.

Pada zaman pertengahan, ilmuwan sering menyebut masyarakatnya sebagai masyarakat agraris. Hal ini dikarenakan pada zaman tersebut, pertanian merupakan mata pencaharian terpenting di Eropa sampai sekitar abad ke 12, dimana 95% masyarakat Eropa Barat dan Eropa Selatan bekerja dalam sektor pertanian. Kehidupan sosial ekonomi masyarakat pada waktu itu disatukan dalam organisasi sekitar tanah kekuasaan para penguasa tanah feodal (*lord*) yang memiliki kuasa terhadap kaum tani dan keluarganya, yang juga menjadi bagian dari tanah tersebut. Para petani ini terikat oleh tanah yang mereka kerjakan, dan hidup di pedesaan kecil. Untuk mencukupi keperluannya sendiri, maka hasil bumi mereka produksi sendiri dan dimakan sendiri. Pada masa itu pola perdagangan sangat sedikit, alat-alat teknik dibuat sendiri oleh para petani tersebut (Layendecker, 1983: 3). Pada masa ini tatanan struktur sosial ekonomi menempatkan para tuan tanah sebagai bangsawan. Kekayaan dan kekuasaannya berdasarkan kepada kepemilikan tanah yang menjadi satu-satunya sarana pencarian hidup masyarakat (Layendecker, 1983:4).

Kemudian pada akhir abad ke 15, muncul sekelompok pengusaha baru di bagian barat laut Eropa. Kaum kapitalis ini merupakan pionir dan pencari untung yang mengandalkan pada energi, kreativitas dan nasib baik. Mereka berusaha menghapus ragam kebijakan yang ada masa zaman pertengahan, yang menempatkan semua proses

produksi di masyarakat petani sendiri dan di bawah gilda-gilda kota. Para kaum kapitalis ini mendirikan industri-industri baru di luar kota dan dikerjakan oleh keluarganya. Dalam industri ini, para pekerja bebas bekerja tanpa aturan apa pun untuk kepentingan kaum kapitalis. Hal ini berdasarkan pada perjanjian kerja, sehingga timbullah usaha 'menyimpang' yang berbeda dengan pola sosial ekonomi pada zaman pertengahan. Pola kapitalisme perdagangan ini berkembang secara cepat terutama pada abad 16 dan abad 17, yang mana masyarakat lambat laun dapat melakukan perubahan nilai-nilai sosial, nilai-nilai ekonomi, nilai-nilai politik, dan bahkan perubahan dalam bidang pertanian terkait pola pengelolaan tanah (Layendecker, 1983:13-16).

Perubahan dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industrialis yang mengedepankan nilai-nilai kapitalisme pada masyarakat Eropa, terutama pada abad ke 19 dan abad ke 20, telah melahirkan revolusi industri di Eropa. Masyarakat yang beralih dari lahan pertanian dengan menjadi petani ke masyarakat industri dengan semakin banyaknya berdiri pabrik-pabrik sebagai rangkaian peningkatan kualitas teknologi, telah merubah tatanan sosial ekonomi masyarakat pada zaman pertengahan. Munculnya kaum-kaum kapitalis dengan industri dan sistem kapitalisme akan membentuk pola pasar bebas sebagai pertukaran produk sistem industrial yang ideal. Dimana dalam sistem tersebut hanya segelintir penguasa (*pemilik modal*) yang akan mendapatkan keuntungan yang sangat besar sementara sebagian besar buruh industri yang bekerja dengan waktu yang sangat lama mendapatkan upah yang sangat rendah. Sehingga dari sanalah muncul reaksi perlawanan dari kaum buruh untuk melawan sistem industri dan kapitalismenya (Ritzer, 2012 : 9). Hal inilah yang menyebabkan semakin terbuang dan terasingnya masyarakat agraris, yang dianggap sebagai pemberontak dari buruh-buruh industrialisasi terhadap sistem kapitalisme indutrialisasi global.

Hal yang sama terjadi di Indonesia, terutama pada masa kepemerintahan Soeharto dengan Orde Barunya, dimana jargon-jargon ideologi pembangunanisme dengan semena-mena menyerobot lahan-lahan pertanian rakyat Indonesia. Isu ini semakin kuat dengan semakin kuatnya isu peralihan penguasaan lahan tanah (*transfer of property rights*) ke sekelompok kecil kaum kapitalis. Dari data yang

dikeluarkan oleh Kompas (2002) sebagaimana dikutip oleh Soetarto (2017) menunjukkan bahwa jumlah penduduk 217 juta jiwa, tercatat 63% luas tanah pertanian Indonesia dikuasai oleh 16% rumah tangga, termasuk yang dikuasai secara guntai dan melebihi batas maksimum. Dimana sekitar 43% persen tunawisma dan usaha tani tak lebih dari luas rata-rata 0,1 hektar; 27% usaha tani di antara luas tanah rata-rata 0,1-0,5 hektar; 14% usaha tani di antara 0,5-1 hektar, dan hanya 16% usaha tani di atas 1 hektar.

Kebijakan pemerintahan Soeharto terhadap 'tanah untuk pembangunan' dimulai sejak awal pemerintahannya, ketika Direktorat Jenderal Agraria berada di bawah Departemen Dalam Negeri (yang selalu dipimpin oleh Jenderal Angkatan Darat). Oleh karenanya, program-program reforma agraria yang sudah mulai dirintis oleh Soekarno dicabut dan dibekukan oleh Soeharto. Hal ini dikarenakan, jika program reforma agraria tetap dijalankan, maka banyak para pendukung utama politik Orde Baru yang akan menjauh terutama para tuan tanah di pedesaan yang merupakan sekutu utama tentara dalam melawan Soekaro dan massa yang diorganisir PKI (Rachman, 2017: 93-94).

Kebijakan lainnya adalah pengambilalihan tanah untuk ragam proyek pembangunan bagi Pemerintahan Orde Baru, termasuk pemberian hak baru, perpanjangan atau pembaharuan hak yang sudah habis waktunya, pembatalan atau pencabutan hak dan pengawasan terhadap pemindahan hak, baik tanah atas pemukiman dan industrialisasi maupun untuk pertanian dan perkebunan (Rachman, 2012: 65).

Bahkan bangunan ekonomi agraris pemerintahan Orde Baru menurut Rachman (2017b: 191-196) disusun dalam empat bentuk: Pertama, Orde Baru tetap mempraktekkan model kolonialisme dimana semua tanah yang tidak terbukti punya rakyat maka merupakan hak milik mutlak domain Negara (*domain verklaring*), sehingga petani tidak memiliki hak hukum atas tanah tersebut dan pemerintah bisa dengan sangat mudah mengambilnya demi Pembangunan. Kedua, UU No. 1 tahun 1967 dan UU No. 8 tahun 1968 Pemerintahan Orde Baru mengundang investor secara besar-besaran untuk masuk ke area pertanian pedesaan masyarakat. Hal ini telah menyebabkan

tersingkirkannya petani dan makin terjerambab dalam kemiskinan. Ketiga, Pemerintahan Orde Baru lebih berpihak kepada industrialisasi produksi pertanian ketimbang kepada petani desa, sehingga kemakmuran pertanian hanya didapatkan segelintir pengusaha saja. Keempat, komposisi penggunaan tanah belum beranjak seperti pada masa kolonialisme.

Melalui ragam persoalan tersebut muncullah gerakan sosial masyarakat petani untuk melakukan protes, namun menghadapi protes tersebut Pemerintahan Orde Baru melakukan tindakan penindasan dengan cara kekerasan dan penaklukan dengan cara 'penyematan' ideologis komunis terhadap petani (Rachman, 2017b: 202). Kondisi ini semakin memarjinalkan petani yang semakin teralienasi dari kehidupannya dan lambat laun menjadikannya masyarakat imajiner, yakni masyarakat yang nyata keberadaannya namun tidak digubris keberadaannya. Sebuah anomali industrialisasi pembangunan.

Potret Sosial dan Kearifan Petani Madura

Bagaimana kondisi petani di Madura, sebuah entitas etnis kebudayaan yang berada di wilayah Jawa Timur dengan karakteristik keunikannya dan konsep persaudaraan yang sangat kuat (*taretan dhibik*/saudara sendiri) serta harga dirinya yang juga sangat kuat (*ango'an pote tolang etembang pote mata*/lebih baik mati ketimbang malu) ketika menghadapi gempuran industrialisasi pembangunan? Pertanyaan ini sangat layak untuk dilontarkan sebagai sumbu dari diskusi yang hangat dalam tulisan ini.

Madura yang saat ini sudah memiliki Jembatan Suramadu yang diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudoyono, diharapkan mampu memeratakan pembangunan antara Surabaya dan Madura. Selama ini yang terjadi adalah munculnya kesenjangan yang sangat jauh antara industrialisasi di Surabaya dan di Madura. Industrialisasi merupakan salah satu cita-cita nyata dari direalisasikannya Jembatan Suramadu, yang diharapkan mampu menyejahterakan masyarakat Madura melalui pembangunan-pembangunan yang diproyeksikannya, sehingga seiring perkembangan Jembatan Suramadu, diharapkan Madura dapat memiliki ciri "Indonesianis, Maduranis, dan Islamis". Sayangnya, cita-cita ini seringkali tidak

diimbangi dengan penguatan kompetensi masyarakat Madura untuk bersaing dengan pihak luar dalam memanfaatkan proses industrialisasi di Madura. Masyarakat Madura yang mayoritas petani dan nelayan lambat laun 'dipaksa' untuk menjual tanah-tanah mereka dengan dalih industrialisasi, sehingga pada akhirnya mereka akan kehilangan lahan yang menjadi milik mereka sejak lama karena tanah tersebut merupakan tanah warisan dari nenek moyangnya (*tanasangkolan*).

Selain itu, keengganan menjadi petani bagi generasi muda dan gaya hidup konsumerisme merupakan dampak yang paling nyata dari realisasi Jembatan Suramadu saat ini. Berbelanja dan menghabiskan banyak uang ke Surabaya merupakan potret riil masyarakat Madura. Sebuah pergeseran kebudayaan yang sangat cepat, dari masyarakat tradisional petani dengan nilai-nilai sosial kesederhanaannya berubah menjadi masyarakat konsumeris dengan gaya hidup metropolis dan pada akhirnya akan menjadi individualis.

Hal ini yang menjadi keprihatinan banyak pemuda-pemuda Madura terutama pemuda Nahdiyyin, sehingga mereka membentuk kelompok kompolan *Tera' Bulan* (terang bulan) untuk memberikan penyadaran, pendidikan, advokasi, dan lain sebagainya bagi masyarakat Madura akan pentingnya menjaga *tanasangkol* dan nilai-nilai kesederhanaan para petani. Berawal dari kemirisan inilah *kompolan* (kumpulan) ini dibentuk, ketika banyak tanah-tanah di Kabupaten Sumenep Madura yang telah dialihfungsikan dan dijual pada investor, baik lokal Madura, luar Madura, maupun Asing. Hampir semua daerah pesisir utara paling Timur Madura telah dialihfungsikan dan berpindah kepemilikan, mulai dari Kecamatan Batu Putih, Batang-Batang, dan Dungkek. Pengalihfungsian dan penjualan *tanasangkol* ini berujung pada perubahan fungsi yaitu menjadi tambak udang yang dimiliki para investor. Ketika *tanasakol* sudah dialihfungsikan dan dijual kepada investor, banyak masyarakat Madura tercengang dan kebingungan, karena dalam kesehariannya mereka disuguhkan tontonan alat-alat berat, mobil kontainer, dan mulai berdatangannya orang-orang yang tidak dikenal bahkan cenderung asing bagi mereka. Selain itu, banyak tambak-tambak udang yang dijaga oleh anjing dan dibiarkan berkeliaran secara bebas. Padahal bagi masyarakat Madura, anjing merupakan hewan yang paling

dihindari dan menakutkan karena akan membawa najis bagi masyarakat Madura yang mayoritas muslim.

Potret pengalihfungsian dan penjualan tanah sangat terlihat di beberapa wilayah di tiga kecamatan yakni Kecamatan Batu Putih, Batang-Batang, dan Dungkek, terutama pesisir pantai utara Madura timur. Saat ini pengalihfungsian dan penjualan *tanasangkol* tersebut terus melebar ke berbagai desa-desa lainnya, yakni Desa Bungin-Bungin Kecamatan Dungkek, yakni wilayah makam Syekh Mahfudz, atau lebih dikenal Asta Gurang Garing, keturunan Sunan Kudus. Kemudian, wilayah di Desa Lombang Kecamatan Batang-Batang hingga Pantai Badur Kecamatan Batu Putih, yang termasuk kawasan pariwisata.

Fakta di atas semakin menunjukkan bahwa makin banyak masyarakat Madura yang mulai meninggalkan sawahnya, ladangnya, dan tegalnya. Masyarakat Madura lebih ingin bekerja di bidang lainnya, yakni menjadi migran ke Jakarta (sebagai penjaga toko) dan Kalimantan (sebagai pengemis) atau menjadi tenaga kerja (TKI) ke luar negeri. Padahal secara kebudayaan, masyarakat Madura memiliki nilai-nilai kearifan lokal mengenai *tanasangkolan* (tanah warisan). Bagi masyarakat Madura, *tanasangkolan* bukan hanya sekedar warisan benda yang akan menjadi capital belaka sebagaimana emas, mobil, rumah, dan lain sebagainya, karena bagi masyarakat Madura, *tanasangkolan* memiliki makna sakralitas dan penuh dengan nilai-nilai kearifan lokal kebudayaan. *Tanasangkolan* bagi masyarakat Madura memiliki makna sebagai ruang (*space*) yang saling mempertautkan kehidupan saat ini dengan para leluhurnya. Oleh karenanya, ketika *tanasangkolan* dialihfungsikan bahkan dijual tanpa adanya alasan yang jelas bahkan terkesan untuk menguatkan nafsu birahi gaya hidup konsumerismenya akan mengakibatkan 'laknat' dari sudut nilai-nilai kearifan kebudayaan Madura. Kalau pun tanah tersebut dijual, biasanya akan dijual pada keluarga terdekatnya. Suatu saat jika mampu, tanah itu akan dibeli kembali oleh pemiliknya. Sebuah realitas masa lampau yang kini sudah terserabut akar sakralitasnya. Saat ini, tanah sudah dilucuti sakralitasnya, *tanasangkolan* kini sepenuhnya dianggap benda yang bisa dipertukarmilikkan. Perubahan alam pikir dan gaya hidup masyarakat Madura sejak terealisasinya serta dioperasikannya Jembatan Suramadu merupakan potret riil

masyarakat Madura saat ini. Termasuk persepsi dan keyakinan mereka terhadap nilai-nilai kearifan lokal mengenai sakralitas *tanasangkol* juga berubah.

Di sinilah lagi-lagi kealpaan pemerintah dalam menjaga identitas dan keharmonisan masyarakat Madura, terutama melalui nilai-nilai sakralitas kearifan lokal mengenai kepemilikan *tanasangkol*. Karena bagi para pemuda yang tergabung dalan *kompolan tera' bulan* persoalan mengenai *tanasangkol* ini sepertinya tidak mungkin lagi menunggu upaya penyelesaian dari Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep. Bagi mereka, Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep hanya menjadi penadah dari ragam kebijakan Pemerintah Pusat dan Pemerinatahan Provinsi termasuk juga para investor. Oleh karenanya menurut mereka, saat inilah waktu dimana rakyat yang harus berjuang sendiri untuk menjaga tanahnya melalui kembali ke nilai-nilai kearifaan lokal sakralitas *tanasangkolan*.

Para pemuda yang tergabung dalam *kompolan tera' bulan* ini kemudian menguatkan nilai-nilai kearifan lokal sakralitas *tanasangkol* melalui jargon ideologisasi '*ajagatana, ajaganakpoto*' (menjaga tanah, menjaga anak cucu) yang mulai digelorakannya, jika masyarakat Madura tidak mau menjadi kuli atau penonton industrialisasi dari pembangunan di daerahnya sendiri. Lebih jauh lagi, ragam fenomena seperti ini biasanya akan melahirkan konflik. Melalui pemahaman inilah maka kemudian para pemuda kompolan *tera' bulan* membentuk gerakan sosial melalui '*Barisan Ajaga Tanah Ajaga Na'potoh* (Batan)'.

Bahkan melalui gerakan sosial ini, maka banyak generasi muda yang didukung oleh para kyai-kyai Nahdlatul Ulama' Sumenep Madura untuk terus melakukan segala upayanya dalam mempertahankan lahan pertanian yang ada di Madura. Bahkan menurut Kuntowijoyo (1994: 87), kyai di Madura seringkali dinggap sebagai '*organizing principle*' yang akan berdampak terhadap terbentuknya sentiment kolektif bagi masyarakat, sehingga akan menjadi otorisasi Kyai bagi masyarakat Madura. Penguatan ini semakin kuat dengan cerminan sosial masyarakat Madura yang terpotret dalam *bhuppa'-bhabbu'–ghuru–rato* (orangtua–guru/kyai–raja/pemerintah), sebuah potret ketaatan hirarkis bagi masyarakat Madura (Dzulkarnain, 2013).

Di sinilah perbedaan gerakan sosial petani Madura dengan gerakan sosial petani daerah-daerah lainnya (baca: Indonesia) dalam mempertahankan area pertaniannya. Kyai dan nilai-nilai kearifan lokal telah mampu melawan semua isu ideologisasi dan propaganda pemerintahan dalam mendengungkan pembangunan dan industrialisasi untuk kesejahteraan kaum petani yang semakin teralienasi dan termarjinalkan. Artinya nilai-nilai lokalitas dan kepemimpinan lokal (Kyai) ternyata mampu melawan hegemoni kapitalisme (industrialisasi) dan ideologisasi pemerintah seolah-olah gerakan sosial petani adalah komunis yang pada akhirnya petani tidak lagi menjadi masyarakat yang imajiner, namun masyarakat yang mampu bergerak untuk melakukan perubahan kehidupan mereka. Semoga!

Referensi

Alimi, Moh Yasir. (2004). *Dekonstruksi Seksualitas Poskolonial: Dari Wacana Bangsa Hingga Wacana Agama*, LKiS: Yogyakarta

Anderson, Bennedict. (2001). *Imagined Communities: Komunitas-Komunitas Terbayang,* terj. Omi Intan Naomi, Insist Press & Pustaka Pelajar: Yogyakarta

Dzulkarnain, Iskandar. (2013). *Dekonstruksi Sosial Budaya Alaq Dalaq Masyarakat Madura,* Pararaton: Yogyakarta

Giddens, Anthony. (1985). *The Nation - State and Violence: Volume Two of A Contemporary Critique of Historical Materialism*, Polity Press: Cambridge

Kuntowijoyo. (1994). *Radikalisasi Petani*, Bentang: Yogyakarta

Laeyendecker. L. (1983). *Tata, Perubahan, Dan Ketimpangan: Suatu Pengantar Sejarah Sosiologi*, terj. Samekto, Gramedia: Jakarta

Rachman, Noer Fauzi. (2012). *Land Reform Dari Masa Ke Masa*, Tanah Air Beta: Yogyakarta

_____., (2017a), *Land Reform & Gerakan Agraria Indonesia*, Insist Press: Yogyakarta

_____., (2017b), *Petani & Penguasa: Dinamika Perjalanan Politik Agraria Indonesia*, edisi 2, Insist Press, KPA, dan Pustaka Pelajar: Yogyakarta

Ritzer, George. (2012). *Teori Sosiologi: Dari Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, terj. Saut Pasaribu dkk, Pustaka Pelajar: Yogyakarta

Smith, Anthony. (1991). *National Identity*, Penguin: London

Soetarto, Endriatmo. (2017). *"Reforma Agraria vs Oligarkhi Bossisme dan Politik Kartel: Apa dan Siapa Mengatasi Apa dan Siapa"*, Makalah Talkshow Pra Konferensi Tenurial 'Mewujudkan Keadilan Reforma Agraria dari Wacana Menuju Aksi' di Sajogjo Institut Bogor 18 Oktober 2017.

LUSMIN: MEDIA INFORMASI MASYARAKAT MADURA

Oleh:
Syamsul Arifin

Tradisi Lusmin Madura berfungsi sebagai media tradisional yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat Madura. Lusmin Madura memberikan ruang kepada masyarakat Madura untuk menyampaikan segala yang mereka ketahui dan mempunyai kesempatan untuk menerima setiap informasi yang dirasa memiliki nilai manfaat yang besar terutama berkaitan dengan pertanian, politik desa, budaya lokal dan kegiatan yasinan. Proses komunikasi masyarakat Madura melalui Lusmin memiliki tujuan-tujuan secara spesifik seperti untuk saling memberikan informasi, memupuk rasa kebersamaan serta menjaga keberlangsungan hidup masyarakat Madura. Model komunikasi Lusmin Madura menandakan satu proses yang panjang dilakukan masyarakat sehingga dapat membentuk model sendiri yang unik dan berkarakter sesuai dengan kebiasaan dan tradisi masyarakatnya (S.A).

***

Informasi dapat dipahami sebagai pemberitahuan ataupun kabar berita yang memiliki arti baik disampaikan secara langsung atau tidak. Idealnya sebuah informasi dapat memberikan manfaat, hal ini sesuai dengan fungsi informasi supaya dapat meningkatkan pengetahuan serta meningkatkan kemampuan pengguna atau pendengarnya.

Selain itu, informasi juga difungsikan untuk dapat mengurangi ketidakpastian dalam proses kehidupan sehari-hari. Pemahaman ini selaras dengan nilai informasi yang diproduksi baik oleh individu atau kelompok tertentu bahwa sejatinya informasi harus relevan, bersifat akurat, harus konsisten serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga informasi tersebut dapat digunakan.

Dalam mentransmisikan suatu informasi, seseorang atau kelompok masyarakat tertentu membutuhkan media sebagai saluran sehingga informasi-informasi yang bersifat penting tersebut dapat berjalan sesuai dengan maksud dan tujuannya. Bagi masyarakat modern, transmisi informasi dapat dilakukan dengan menggunakan saluran teknologi yang canggih, namun bagi masyarakat tradisional ataupun masyarakat yang memegang adat budaya dengan kuat bisanya menggunakan saluran media tradisional.

Membicarakan media tradisional tidak bisa lepas dari seni dan budaya tradisonal masyarakat pedesaan, karena umumnya, media tradisional diaktualisasikan dalam bentuk seni dan budaya yang dikembangkan melalui tradisi dan cerita-cerita rakyat. Media rakyat biasanya tampil dalam bentuk nyanyian tradisional rakyat, tarian tradisional rakyat, cerita tradional rakyat yang kembangkan dari satu generasi kepada generasi berikutnya.

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan seni dan budaya tradisonalnya. Aktualisasi media tradisional melalui seni budayanya dapat terlihat seperti wayang golek, ludruk, ketoprak, yang dalam aktivitasnya semua kesenian tersebut berperan sebagai media tradisional yang mengajarkan banyak hal tentang kehidupan suatu masyarakat. Adanya media tradisional atau juga biasa dengan media rakyat berfungsi sebagai saluran untuk mengemukakan informasi yang dapat digunakan oleh rakyat untuk memecahkan masalah-masalah tertentu.

Tidak berbeda dengan daerah di Indonesia pada umumnya, Madura juga memiliki beragam media tradisional yang dapat dinikmati sampai hari ini. Media tradisonal Madura seperti *Tembang Macapat* yang berfungsi sebagai media untuk menyapaikan pujian kepada Allah dan rasulnya, musik *Sronen* sebagai musik tradisonal pengiring kegiatan kebudayaan, dan musik *Sandur* dilakukan

dengan tujuan untuk memohon hujan, untuk menghormati makam leluhur, serta untuk membuang bahaya penyakit atau musibah.

Seluruh rangkaian aktivitas masyarakat Madura di atas biasanya dilakukan secara bersama-bersama dengan berkumpul dalam suatu tempat tertentu. Melihat aktivitas tersebut, terlihat bahwa secara umum bahwa masyarakat Madura memiliki kegemaran berkumpul bersama dengan tetangga dan sanak saudara. Hal ini dapat dibuktikan dengan ungkapan-ungkapan Madura seperti *taretan dhibi'*, *apolkompol sataretanan*, *settong dara* serta beberapa ungkapan lainnya yang menyiratkan tentang kebersamaan orang Madura.

Seperti pada beberapa seni dan kebudayaan di atas, bahwa Madura memiliki media tradisional yang unik serta menarik untuk di eksplor secara mendalam. Budaya *Lusmin* Madura merupakan salah satu media tradisional yang biasa dijadikan sebagai perantara oleh masyarakat Madura untuk menyampaikan berbagai hal berkaitan dengan proses kehidupan sosial masyarakat Madura.

Mengenal *Lusmin*

Lusmin berarti warung kopi sedangkan *alusmin* minum kopi di warung kopi. Di kota-kota besar, kopi menjadi gaya hidup (*lifestyle*) oleh penikmatnya dengan penyajian, proses pembuatan, berikut jenis-jenis kopinya yang memiliki beragam gaya. Pada kota-kota besar tersebut, kopi sering menjadi sarana untuk bersantai ria, bertukar fikiran, menjamu tamu atau hanya sekedar memenuhi kepuasan diri. Tidak berbeda jauh dengan masyarakat Madura yang biasanya *alusmin* atau ngopi di warung kopi.

Pada masyarakat Madura, *lusmin* menjadi salah satu akvitas yang banyak dilakukan dengan maksud dan tujuan spesifik mulai dari bersilautrahmi, untuk membagi beberapa informasi ataupun untuk mendengarkan informasi-informasi penting dari anggota *lusmin* lainnya. *Lusmin* juga menjadi gaya hidup dan kebutuhan masyarakat Madura karena dari *lusmin* terlahir banyak solusi-solusi dari persoalan sehari-hari masyarakat Madura.

Kegiatan *lusmin* biasanya dilakukan tiga kali dalam sehari, pagi sekitar jam lima atau setelah melaksanakan sholat subuh, siang setelah sholat dhuhur, dan malam setelah sholat isya'. Intensitas *lusmin* dilakukan atau berjalan secara alami dengan tanpa dijadwal secara

ketat oleh para penikmat warung kopi, walaupun begitu biasanya masyarakat Madura secara bersama-sama berkumpul pada jam yang sama tanpa mengadakan perjanjian terlebih dahulu.

Lusmin atau *alusmin* biasanya diikuti atau dilakukan laki-laki yang umumnya dari kalangan orang tua atau laki-laki yang sudah menikah. Walaupun kegiatan ini tidak diklasifikasikan berdasarkan umur, *lusmin* jarang sekali dilakukan oleh remaja, karena biasanya kalangan remaja melakukan kegiatan *lusmin* di warung-warung modern seperti cafe. Bedanya antara cafe dengan lusminan bahwa cafe didesain lebih modern yang letaknya di sekitar pusat pemerintah kecamatan atau pemerintah kabupaten, sedangkan lusmin lebih tradisional yang letaknya di pedesaan.

Di sela-sela kesibukannya sebagai petani, masyarakat Madura selalu menyempatkan waktu untuk dapat berkumpul melalui media *lusmin*. Jika dilihat dari kebiasaannya, lusmin dilakukan setalah waktu sholat fardu sehingga kegiatan ini tidak mengganggu kegiatan wajib ibadah ataupun kesibukan dalam bidang pertanian. Bahkan sebaliknya, lusmin dijadikan sarana untuk beristirahat sejenak sekitar satu setengah jam sebelum kemudian melanjutkan aktivitas yang lainnya.

Pada kehidupan sekarang, fungsi *lusmin* bukan hanya sekedar dijadikan tempat melakukan ngopi-ngopi ringan tetapi juga dijadikan sarana untuk menyempaikan gagasan, bertukar fikiran, informasi-informasi seputar perkembangan kehidupan sekitarnya. Selain itu *lusmin* atau *alusminan* dijadikan sarana untuk menyebarkan pesan-pesan bermanfaat.

Lusmin Sebagai Media Informasi

Media tradisional atau media rakyat dapat jelaskan sebagai bentuk-bentuk verbal, gerakan-gerakan, visual, yang menjadi kebiasaan masyarakat, diterima oleh mereka dan di pertunjukkan atau atau dipraktikkan dalam kehidupannya. Menurut Walujo (2011:2), bahwa media tradisional selain berfungsi memberikan hiburan media tradisional juga dapat memberikan informasi bagi penontonnya.

Media tradisional sering disebut sebagai sebentuk dari *folklore*. Fungsi *folklore* dijelaskan oleh William R. Bascom (dalam Nurudin, 2004:115) adalah 1) sebagai media tradisional 2) sebagai sistem

proyeksi, 3) sebagai pengesahan/penguat adat, 4) sebagai alat pendidikan, dan 5) Sebagai alat paksaan dan pengendalian sosial agar norma-norma masyarakat dipatuhi oleh anggota kolektifnya.

Masyarakat, media tradisional serta informasi, merupakan satu kesatuan yang saling mendukung, saling mengisi dan saling berbagi peran untuk kemudian berfungsi sebagaimana seharusnya. Pada umumnya, masyarakat dapat dibentuk dari kebiasaan dan tradisi dalam kehidupannya sementara informasi berperan sebagai penengah untuk memberikan pemahaman yang sama tentang segala sesuatu yang diperlukan.

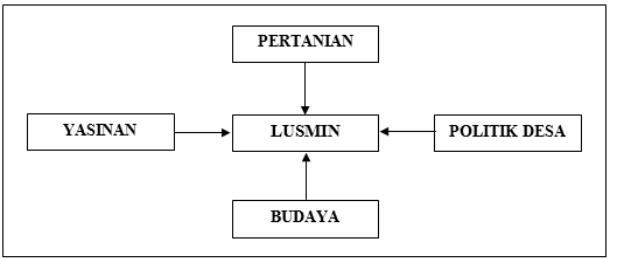
Tidak hanya sampai di situ, suatu masyarakat akan eksis karena para anggotanya telah banyak belajar dari lingkungan sekitarnya. Masyarakat juga menghasilkan, memilih dan menjadikan saluran informasi untuk diri dan anggota anggota kelompoknya yang kemudian ditransmisikan melalui cara-cara sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di sekitar kehidupannya.

Pemahaman ini apabila dihubungkan dengan fenomena *lusmin* ternyata sejalan, bahwa *lusmin* berfungsi sebagai *folklore* atau media tradisional yang masih dipraktikkan dalam kehidupan yang modern ini. Dalam praktik *lusmin* Madura, terdapat kebiasaan yang unik dimana proses penyebaran berbagai pesan terjadi melalui banyak arah atau komunikasi dari banyak arah. Komunikasi banyak arah dapat dipahami sebagai saluran komunikasi yang kompleks yang menggambar tentang keadaan dimana setiap anggota mempunyai hak yang sama untuk menyampaikan berbagai informasi.

Lusmin Madura menyajikan beragam informasi yang dibawa oleh anggota lusmin, mulai dari gaya hidup, kebiasaan, kesehatan, kebersihan, peribadatan, dan lain sebagainya. Akurasi informasi yang disampaikan selalu mendapatkan legitimasi atau pengakuan yang sah. Hal ini berkorelasi dengan penyampai atau komunikator yang biasanya dilakukan oleh orang tua sesuai dengan kebiasaan *lusmin* yang didominasi oleh kalangan orang tua atau orang yang sudah menikah.

Dari sekian banyak informasi yang ditransmisikan melalui media tradisional *lusmin*, terdapat beberapa informasi yang mendominasi atau sebih sering diperbicangkan daripada informasi penting lainnya.

Informasi yang dimaksudkan adalah berupa informasi keseharian yang tidak jauh-jauh dari aktivitas masyarakatnya seperti pertanian, politik desa, budaya lokal dan acara *yasinan* sebagaimana tergambar dalam struktur dibawah ini:



Gambar 1. Informasi dalam Lusmin

Tradisi *lusmin* Madura menjadi media rakyat yang difungsikan untuk berbagai, memahami, menghargai pendapat orang banyak. *Lusmin* Madura dijadikan sebagai sarana untuk bertukar pikiran mengenai kehidupan sehari-hari seperti tentang pertanian, politik tingkat desa, budaya lokal ataupun kegiatan yasinan yang biasa di lakukan masyarakat Madura.

Empat hal di atas menjadi sangat penting untuk dibahas mengingat mayoritas masyarakat Madura berpenghasilan utama dari bertani, mereka adalah warga desa yang pastinya ingin mendengar tentang isu-isu politik desa yang hangat untuk diikuti, mereka sangat dekat dengan budaya lokal yang menemai perjalanan kehidupannya serta mereka menjadikan yasinan sebagai aktualisasi dari kepercayaan agama yang dianutnya. Karena empat hal di ataslah, keempat topik di atas selalu menjadi topik utama setiap aktivitas *alusmin* di Madura.

Informasi Pertanian

Pertanian merupakan salah satu mata pencaharian orang Madura dimana sebagian besar masyarakat Madura menggantungkan hidupnya dari hasil pertanian. Beberapa pertanian yang biasanya dilakukan oleh masyarakat Madura adalah bercocok tanam padi, jagung, tembakau, dan beberapa tanaman lainnya yang menjadi penghasilan utama.

Kegiatan bertani dikerjakan secara bersama-sama oleh kaum pria dan wanita Madura. Pekerjaan berat seperti mencangkul dan membajak sawah biasanya dilakukan oleh kaum laki-laki, sedangkan kegiatan menanam, menyiangi dan memanen yang umumnya agak ringan biasanya dilakukan oleh pihak perempuan (Koesno dalam Rifai 2007:79).

Informasi seputar pertanian, mulai dari perkembangan tumbuhan hasil pertanian, lamanya membajak sawah, pupuk yang digunakan sampai dengan harga pupuknya biasanya ditanyakan dan diterangkan oleh yang lainnya. Tidak hanya sampai di situ, biasanya masyarakat Madura juga seringkali melakukan *sharing* informasi mengenai cara memberantas hama yang menggangu hasil pertanian. Informasi seperti ini berfungsi untuk merekatkan hubungan masyarakat Madura yang sama rasa, sama jiwa, saling berbagai kebaikan.

Informasi Politik Desa

Di Madura, politik desa atau pemilihan kepala desa lebih menarik daripada pemilihan Legilatif, Bupati, Gubermur bahkan pemilihan presiden sekalipun. *Bargaining* politik lebih terasa karena politik desa dirasakan langsung oleh masyarakat sehingga tidak jarang politik desa lebih mendapatkan perhatian dari masyarakat lokal Madura. Pemilihan kepala desa yang dilakukan secara serempak beberapa waktu lalu menghadirkan isu *money politics* yang tidak sedikit bahkan sampai mencapai milyaran rupiah.

Angka ini menjadi sangat fantastis mengingat wilayah kerja kepala desa dan tunjangan gaji yang dikatakan relatif sedikit. Terlepas dari beberapa informasi tersebut, keadaan ini juga mengundang beberapa sosok untuk mengambil bagian dalam suksesi politik para calon sehingga upaya-upaya pemenangan jagoannya dilakukan di berbagai tempat termasuk di dalam *lusminan*.

Menariknya, bahwa proses sosialisasi politik *lusmin* tidak dilakukan untuk saling menjelekkan antara yang satu dengan yang lain, justru sebaliknya, sosialisasi dilakukan dengan terbuka yaitu untuk menyampaikan aspek-aspek penting berkaitan dengan calon pilihannya. Proses ini menandakan satu peningkatan kedewasaan

berpolitik masyarakat Madura yang melakukan pilihan secara demokratis.

Informasi Budaya Lokal

Madura memiliki beragam budaya lokal yang dilestarikan sampai sekarang. Beberapa diantara yang dianggap fenomenal dan sudah *go international* adalah kerapan sapi. Selain kerapan sapi ada juga sapi sonok yang memiliki nilai filosofi yang tinggi yang mengajarkan tentang kebaikan, keserasian, tujuan hidup, serta harapan-harapan yang tersirat di dalamnya.

Selain Kerapan Sape dan Sape Sonok, Madura memiliki *Pajengan Sape*. *Pajengan Sape* dilakukan di rumah-rumah warga secara bergantian dimana bagi masyarakat yang merasa memiliki sapi bagus diundang untuk berpartisipasi memajang sapinya. Sebagai lagu pengiring kepada kebudayaan sapi tersebut biasanya dimainkan musik *saronen* yang asli pulau Madura.

Proses informasi kebudayaan lokal di *lusmin* biasanya terdiri atas beberapa bagian misalnya tentang bentuk sapi yang bagus, harga sapi, pelaksanaan lomba sapi, bahkan tidak jarang terjadi tawar menawar harga untuk seekor sapi bagus. Harga sapi Madura yang masuk kategori bagus terbilang sangat tinggi bahkan sampai ada yang mencapai harga 50 juta untuk satu ekor sapi. Harga ini sangat bisa saja muncul mengingat harga sapi yang bisa dibeli atau dijual dipasaran berkisar dari tujuh sampai sembilan jutaan. Demikian juga segala informasi pemilik sapi bagus, harga penawaran dan lain sebagainya bisa didapat dari warung kopi atau di *lusmin*.

Informasi kegiatan yasinan

Masyarakat Madura mayoritas beragama Islam sehingga tidak heran apabila Madura disebut sebagai 'Serambi Madinah'. Julukan ini didukung dengan banyaknya lembaga-lembaga Islam seperti pondok pesantren di Madura yang ada di seluruh kabupaten. Masyarakat Madura bisa dikatakan sebagai penganut agama Islam yang taat. Hal ini dibuktikan dengan adanya akvitas-aktivtas keislaman yang biasa dilakukan oleh masyarakat Madura.

Ketaatan masyarakat Madura juga dibuktikan dengan dibangunnya musholla pada setiap rumah masyarakat Madura sebagai tempat

untuk melaksanakan ibadah. Secara harfiah mereka memang sangat patuh menjalankan syariat agama seperti melakukan sholat lima waktu, berpuasa, berzakat (pemberian wajib) dan bersedekah (pemberian suka rela), serta berjihad atau berkiprah di jalan agama, (Rifai 2007:45).

Identitas Islam masyarakat Madura bisa disaksikan dari kegiatan-kegiatan keislaman seperti, acara sholawatan, *yasinan*, muslimatan, pengajian, tahlilan, tadarus Al Quran dan lain sebagainya. Pada umumnya, kegiatan tersebut dilaksanakan sesuai urutannya dan berpindah-pindah dari rumah satu kepada rumah yang lainnya sesuai kesepakatan anggotanya. Proses informasi kegiatan yasinan dilakukan misalnya seputar tempat pelaksaan yasinan atau sekedar untuk mengingatkan atas kegiatan tersebut dilaksanakan di rumah salah satu anggota yasinan.

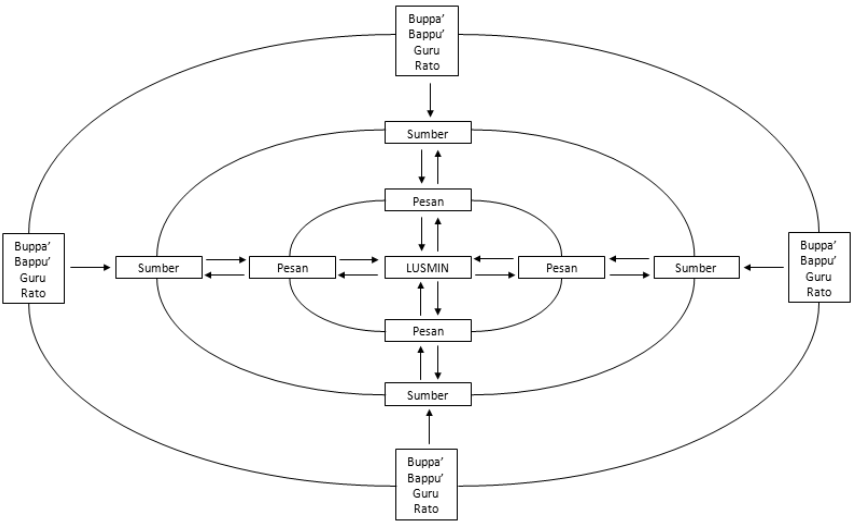
Model Komunikasi Lusmin Madura

Model dikatakan sebagai representasi secara simbolik dari suatu sistem, proses, gagasan dalam bentuk grafis, verbal, atau matematikal. Sementara model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Vera, 2014:113). Model tidak menjelaskan secara rinci tentang suatu objek tetapi model komunikasi berfungsi untuk memberikan gambaran-gambaran terhadap unsur yang terlibat dalam proses komunikasi *lusmin* Madura.

Tradisi *lusmin* Madura terbentuk dari kebiasaan yang fungsi komunikasinya ditujukan untuk saling memahami dan bertukar informasi seputar kehidupan. Menurut (Judi C. Pearson dan paul E. Nelson dalam Mulyana, 2014:5), fungsi komunikasi *lusmin* adalah 1) untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran diri sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi, 2) untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Pemahaman model dan fungsi komunikasi di atas memberikan gambaran tentang bagaimana sebuah informasi dalam *lusmin* Madura memiliki peran untuk mengembangkan kehidupannya. Selain itu juga komunikasi yang terbangun untuk memupuk rasa kebersamaan

dan keberlangsungan hidup orang Madura yang secara spesifik lebih tertumpu kepada isu-isu lokal. Arus informasi *lusmin* dapat dijelaskan pada gambar model *lusmin* Madura sebagaimana berikut ini:



Gambar 2. Model Lusmin

Masyarakat Madura merupakan etnis yang patuh kepada empat figur utama yang dikenal dengan istilah *bhuppa' bhabu' ghuru rato* (bapak, ibu, guru, pemimpin formal). Ungkapan ini sangat familiar di telinga masyarakat Madura sebagai pegangan dalam proses kehidupan sosial. Sehingga atas kepercayaan tersebut, empat figur ini menjadi sumber utama yang menyampaikan pesan-pesan kepada anak keturunannya.

Sumber pada model di atas, merupakan masyarakat yang aktif dalam kegiatan *lusmin* Madura sehingga segala sesuatu yang mereka ketahui dari para *pengetuanya* (tetua, *pen)* kemudian disampaikan dalam kelompok-kelompok mereka melalui pesan-pesan yang bermanfaat. Tidak hanya sampai di situ, setiap orang yang hadir dalam *lusmin* memiliki hak yang sama untuk mentransmisikan informasi, menyanggah atau menerimanya. Dengan demikian, *lusmin* Madura dapat dikatakan sebagai media tradisional yang efektif untuk menyampaikan informasi-informasi seputar kehidupan sosial masyarakat Madura.

Referensi

Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)*. Remaja Rosdakarya, Bandung

Nurudin. (2004). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Raj aGrafinda Persada. Jakarta

Rifai, Mien Ahmad. (2007). *Manusia Madura:* Pilar Media Yogyakarta

Vera, Nawiroh. (2014). *Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia. Bogor

Walujo, Kanti. (2011). *Wayang sebagai Media Komunikasi Tradisional dalam Deseminasi Informasi*. Kemkominfo, Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik. Jakarta.

MENENGGANG DAN BERBAGI KEBAIKAN DI RUANG PUBLIK MEDIA DIGITAL: MEMBUMIKAN NETIKET DI MADURA

Oleh:
Surokim

Media dituntut untuk memiliki tanggung jawab di dalam membuat ketentuan terkait dengan akses dan perjanjian menyangkut hak dan kewajiban dari pengguna. Netiket menurut Thurlow dalam Nasrullah (2016:182) merupakan sebuah konvensi atas norma-norma yang secara filosofi digunakan sebagai panduan bagi aturan atau standar dalam proses komunikasi di internet atau merupakan etika berinternet sekaligus perilaku sosial yang berlaku di media online (Skm.).

***

Isi media siber yang meluber dan berlangsung cepat kadang tidak mampu kita imbangi dengan kemampuan untuk menimbang-nimbang dan memikirkan dampak lanjutan jika kita konsumsi terus menerus. Kita juga sering absen di dalam melakukan validasi, karena kecepatan dan silih bergantinya informasi yang kita terima. Kita seolah tidak memiliki ruang dan kemampuan untuk melakukan *crosscheck* mengenai kebenaran dan validitas informasi yang kita terima. Akhirnya, kita diterpa informasi yang membuat kita kadang kewalahan sendiri hingga tidak bisa membedakan mana yang penting dan tidak penting, *urgent* dan tidak *urgent*, semua mengalir dengan deras dengan tingkat kecepatan yang hampir sama, lalu lalang, datang dan pergi silih berganti tiada henti sepanjang waktu.

Cara dan kebiasaan kita dalam merespon isi media juga terkait erat dengan cara kita memilih konten. Kadang kita bisa tertawa, sedih, dan campur baur berbagai ekspresi non verbal yang lain. Tanpa kita sadari kita sering tertawa, merasa terhibur, tetapi seringkali tidak memperdulikan objek yang membuat kita tertawa. Selama ini kita masih banyak yang mencari hiburan melalui media online demi kesenangan diri kita sendiri dan belum banyak berpikir mengenai orang lain. Akibatnya, media kini masih hanya sebatas memenuhi unsur hiburan di level pribadi, dan belum menjadi media yang memiliki dampak membangun kemanusiaan antar sesama.

Isi media siber semakin campur baur antara isi pribadi dan publik. Kita juga sering tanpa sadar mengkonsumsi isi media yang menebar kebencian dan akhirnya media menjadi ajang saling mengolok-olok dan memaki antar orang dan antar kelompok hingga menjadi sumber konflik baru di masyarakat. Media siber kita berkembang menjadi media perang antar satu kelompok dengan kelompok yang lain dan tidak menjadi jembatan penghubung untuk mencapai saling kepahaman. Isi media cenderung menjadi panas dan penuh kebencian. Dalam beberapa kasus dampak isi media itu justru bisa memicu konflik komunal yang lebih besar di masyarakat.

Melubernya informasi di media siber dimungkinkan karena kita semua adalah konsumen sekaligus dalam waktu yang sama kita juga bisa bertindak sebagai produsen isi media. Kini kita tengah memasuki era prosumer dan turut menikmati dan mengkonstruksi media konvergen. Ida (2016) menjelaskan bahwa di era konvergensi media, ketika beragam media bertemu dalam satu teknologi, ragam teks yang diunggah atau disampaikan kepada publik bisa menimbulkan beragam reaksi dan ekspresi, dari respons yang biasa hingga respons yang kontroversial. Pengguna akan sangat menentukan atas respons dan tafsir informasi yang diperolehnya.

Jika dipilah dari sisi pengguna, maka pelaku media siber dan media sosial terdapat 2 jenis yaitu pelaku media sosial *innovator* dan pelaku media sosial *destructor*. Pelaku media inovator adalah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan media sosial sebagai ruang publik yang produktif untuk kebaikan bersama. Sementara pelaku media sosial destruktor adalah pelaku media sosial yang memanfaatkan media sosial untuk merusak ruang publik

dengan menebar hal-hal yang negatif dan tidak bermanfaat untuk kebaikan publik. Kedua tipe ini mudah dikenali dalam media sosial.

Mereka yang setiap hari mengunggah hal-hal negatif dan memancing konflik antar netizen hampir pasti bisa dikatakan sebagai *destructor*. Mereka yang memancing konflik dengan menyuguhkan berbagai ungkapan dan ujaran kebencian tanpa dasar data yang valid adalah para *destructor*. Sementara para *innovator* di samping selalu menggugah konten positif, mereka juga senantiasa mengingatkan jika penggunaan media sosial itu bertentangan dengan moral etis publik. Mereka akan saling mengingatkan dan menguatkan satu sama lain agar penggunaan media sosial tersebut dapat membawa kemaslahatan untuk kehidupan bersama. Jika pun melakukan kritik, maka itu demi membangun kebaikan ruang publik dan disertai data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan.

Memasuki era luberan informasi tak terbatas ini, maka diperlukan netiket atau etika menggunakan internet yang berlaku di media online. Menurut Nasrullah (2014:122) netiket ini penting karena pengguna media siber tidaklah setara dan berasal dari lingkungan yang sama pula dan yang terpenting agar setiap pengguna ketika berada di dunia *virtual* bisa memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara dunia *virtual*.

Hal ini penting untuk diketengahkan karena media selalu tersambung dengan ruang publik yang juga menuntut tanggungjawab atas kebaikan ruang publik dan bisa digunakan dengan tanggung jawab. Semakin canggih teknologi digunakan didalam proses komunikasi maka semakin maju pula aspek kehidupan manusia mulai dari budaya, ekonomi hingga hal hal kecil seperti pola komunikasi antar individu. Tak jarang, kecanggihan teknologi itu kadang justru mengasingkan manusia dari jati dirinya dan dikuasai oleh teknologi itu sendiri.

Pelaku komunikasi jika tidak menyadari esensi diri bisa menjadi *manusia satu dimensi (One-Dimensional Man). Pengguna* hanya sekadar menjadi mengikuti logika teknologi tanpa memiliki kemampuan atas kendali teknologi itu untuk memanusiakan dirinya. Aspek-aspek esensial komunikasi tereduksi secara signifikan dan digantikan dengan birahi industri komodifikasi media dan dan sahwat material kebendaan. Manusia semakin kehilangan kontrol atas alat yang

sebetulnya ia ciptakan. Akhirnya ia menghamba kepada teknologi itu hingga ia keluar dari esensi teknologi yang sejatinya adalah alat yang dikendalikan.

Akibatnya, kini banyak pemakai teknologi yang semakin asosial dan juga tidak terkendali yang kehilangan akal sehat untuk menempatkan teknologi sebagai alat dan penunjang dan bukan tujuan komunikasi itu sendiri. Kita bisa simak, para pengguna media siber bisa berjam-jam hingga sebagian besar waktunya habis untuk sekadar bermain tanpa peduli dengan lingkungan sekitarnya. Mereka menjadi asing karena tidak berinteraksi dengan lingkungannya dan kadang anehnya merasa dekat sesuatu yang jauh karena ia akrabi melalui teknologi media dan melupakan lingkungan terdekatnya.

Situasi ini adalah dampak paling mengkhawatirkan dalam penggunaan teknologi informasi. Manusia kembali menjadi benda, tanpa memiliki prakarsa, kehendak, kebajikan dan *policy* atas dirinya dan sepenuhnya dikendalikan oleh alat yang ia pakai dan ia buat sendiri. Akal sehat dan jiwa sosial bisa jadi akan semakin menipis karena sejatinya teknologi informasi era pasca interaksi lebih fokus kepada individu dan bukan sosial. Individu sudah dipenuhi kebutuhanya melalui berbagai jasa layanan dan menjadikan hubungan antar kelompok, sosial semakin memudar. Ia merasa bisa hidup sendiri tanpa harus berinteraksi dengan masyarakat yang lain.

Dunia menjadi tanpa sekat lagi *(borderless)* dan informasi bergerak tanpa batas karena semua orang terhubung dan saling bersaing. Semua orang menjadi produsen informasi dan juga konsumen informasi dalam waktu bersamaan. Dunia yang seperti itu kadang sesak oleh banyaknya informasi dan cenderung menjadi panas sebagai komoditas informasi. Realitas bisa bertingkat-tingkat mulai dari yang *real* hingga yang *virtual*. Bahkan dalam beberapa kasus di media siber, realitas tidak bisa dibedakan lagi antara yang *real* dan yang *virtual* hingga menjadi *hyperreality*. Dunia yang serba disimulasikan dan tak bisa lagi membedakan mana yang imagi dan mana yang nyata.

Realitas yang Menyatu

Realitas semakin sulit didefiniskan. Antara apa yang nyata dan *imagine* semakin sulit untuk dipisahkan. Secara sadar kita juga dibawa ke dalam permainan dunia siber itu hingga kita lupa sedang berada

di dalam alam *imagine* atau *real.* Alat dan teknologi itu menyatu dalam diri kita dan mengerakkan kita untuk memasuki lintasan *virtual* yang diciptakan teknologi seolah olah nyata dan sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Tak syak, kita bisa berjam-jam bermain game sesuai dengan yang kita sukai dan kita tidak sadar sedang masuk perangkap dalam alam imaginasi itu menjadi kebutuhan baru yang penting.

Kesadaran akan diri ini kerap melebur dalam dunia siber. Kita digiring untuk memasuki *game virtual* yang diciptakan untuk mengganti realitas nyata yang sudah ada di dalam benak kita. Silangsengkarut realitas nyata dan realitas maya itu menjadikan manusia masuk dalam perangkap imaginasi yang menjadi kenyataan baru. Celakanya, kita meyakini bahwa dunia baru itu lebih nyata daripada yang sudah kita alami sendiri selama ini. Sungguh dunia yang semakin menyatu antara *virtual* dan *real*.

Kita tanpa sadar, saat bermain *game online*, seperti tengah masuk ke dalam ruang permainan dan simulasi Disneyland dan siap mengganti dengan karakter apa saja yang kita sukai dan membuai kita untuk melupakan yang real yang sungguh terjadi di sekitar kita. Etos sosial dan empati semakin terkaburkan karena orang meyakini bahwa dirinya bisa mandiri tanpa harus bergantung kepada orang lain. Ada teknologi yang bisa setiap saat menemani dan memanjakan untuk memenuhi segala keperluan tersebut.

Hal yang patut diwaspadai adalah identifikasi mengenai hal yang asli dan palsu. Dua sisi ini semakin susah dibedakan dalam dunia siber. Semua pelayanan akan bisa diakses secara *virtual online*. Jelas diperlukan kehati-hatian didalam situasi seperti itu. Apalagi tidak semua pelaku komunikasi selalu memiliki niat baik dan bisa memanfaatkan peluang kelemahan teknologi untuk berbuat jahat. Bahkan kejahatan siber semakin canggih. Pola komunikasi berubah total hingga membutuhkan perhatian semua pihak, khsusunya dalam mengantisipasi niat jelek dan tindak kejahatan maya. Tetap diperlukan kewaspadaan dan antisipasi agar perkembangan media siber dapat bermanfaat bagi kemajuan peradaban manusia dan jutru tidak merusak peradaban itu sendiri.

Netiket untuk Memanusiakan Diri

Teknologi harus dikembalikan fungsinya sebagai alat yang dikendalikan oleh manusia dan substansi kemanusiaan itu adalah ruang untuk menjadikan dirinya memiliki potensi dan kehendak. Manusia dengan demikian adalah penentu dan perilaku menggunakan teknologi harus senantiasi memberi ruang berpikir kritis untuk apa dan sebatas mana kita tetap dimuliakan sebagai insan yang memiliki pikiran dan kehendak etis.

Kita sebagai produsen dan konsumen teks dan makna wajib memiliki tanggungjawab atas perkembangan memuliakan diri ini. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi informasi, melalui aplikasi online yang kita gunakan, tidak menjadikan hidup kita mudah, melainkan juga akan lebih bijak jika dibarengi dengan cara kita berperilaku terhadap manusia lain yang terlibat dalam penggunaan aplikasi-aplikasi *online*.

Teknologi sejatinya adalah sekadar alat, penentu atas teknologi itu adalah kehendak pikiran manusia. Hal itu berarti kita harus mengendalikan penggunaan atas teknologi. Jangan sampai teknologi justru mengurangi kehendak dan inisiatif kita bahkan dalam perkembangannya menguasai diri kita itu sendiri. Kita dikendalikan oleh teknologi yang diciptakan sendiri dan mengarahkan kita untuk berbuat dan mengiring kita untuk melakukan dan memaksa. Akibat ketergantungan yang dominan, maka kita akan kehilangan jati diri dan mereka secara tidak sadar dapat dipaksa tanpa teknologi itu kita tidak merasa nyaman.

Dalam perkembangan masyarakat digital, ketergantungan itu menurut Ida (2016) semakin mengarahkan kita pada ketergantungan materialism. Kita akan dipaksa membayar dan membeli berbagai kebutuhan yang sesungguhnya tidak terkait langsung dengan kebutuhan kita sendiri. Kita membeli sesuatu yang sebetulkan tidak kita butuhkan sebagai sesuatu yang penting dan mendesak. Hanya kadang karena gengsi, tren, dan demi pamer pada lingkungan, kita akhirnya membeli dan mengkonsumsi alat dan juga isi yang ada di dalam teknologi komunikasi itu.

Semakin lama, ketergantungan itu semakin membebalkan kita dan membuat dominasi teknologi dan metarialisme tak terelakkan.

Kita bisa menjadi konsumen alat teknologi tanpa berpikir apakah sebenarnya hal itu fungsional atau tidak bagi kehidupan kita. Masyarakat lebih berpikir kebutuhan kebutuhan vitrtual yang sesungguhnya itu tidak dibutuhkan tetapi dipaksa oleh teknologi untuk memiliki.

Selain ketergantungan, kita juga menyaksikan fenomena asal menghibur untuk menarik perhatian tanpa memikirkan tanggung jawab. Di era prosumer, semua orang bisa menjadi produsen dan sekaligus konsumen media. Kita bisa menjadi konsumen di waktu yang sama kita bisa menjadi produsen melalui informasi yang kita unggah untuk publik. Dengan teknologi informasi yang kita beli kita bisa menjalankan peran yang selama ini hanya dilakukan oleh kalangan profesional. Menjalankan *multitasking* secara bergantian.

Saat ini kehidupan kita juga mulai berubah. Berbagai aplikasi *online* telah mengantikan sistem *offline* yang selama ini kita lakukan. Sistem *online* yang lebih dekat dengan publik dan transparan menyebabkan konsumen bisa mengetahui segala harga sejak awal serta menjadikan *system online* melumat *system offline* yang selama ini tidak transparan dan tertutup.

Kemajuan teknologi informasi yang membawa dampak perubahan yang fundamental membutuhkan kekuatan dan benteng pertahanan dari konsumen media. Pemahaman yang paling mendasar adalah kemampuan untuk memahami esensi komunikasi dan perlakuan terhadap alat dan teknologi dalam kehidupan. Fenomena *virtual* membuat kita harus waspada dan menjunjung tinggi hakikat komunikasi.

Ida (2016) menjelaskan bahwa dalam konteks hubungan personal, etika komunikasi dibutuhkan. Saling menghormati, memberikan perhatian, bersimpati, berempati, dan sebagainya selalu kita bawa dan tanamkan sebagai norma-norma hubungan atau pergaulan. Hal ini penting mengingat kita bisa dengan mudah melanggar norma dan kepantasan publik serta aturan aturan yang berlaku di masyarakat dan melakukan peluang baru akibat peluang teknologi.

Kebiasaan kehidupan kita juga akan berubah dengan pengunaan alat-alat dan media digital yang menawarkan fasilitas *online*. Sistem *carry* dan *online* dalam berbagai transaksi selama ini tergantikan.

Pertemuan fisik tak lagi berlaku dan bisa dilakukan dengan *online*. Beragam perubahan dan juga habit pembelian semua berlaku *virtual (delivery order*) yang berubah seperti digambarkan Ida (2016). Orang tidak lagi menyoal substansi dan lebih kepada hal yang artifisial. Bahkan kini kita kadang lebih mementingkan tampilan *virtual* ketimbang yang sebenarnya.

Norma-norma atau etika dalam berkomunikasi menurut Ida (2016) di dalam bisnis jual beli dan pemasaran *online* itu juga juga memudar dengan sistem *online*. Produk yang kita pesan dan kita beli kadang tidak sesuai dan seindah apa yang kita bayangkan sebelumnya. *Delivery order* makanan kadang juga tidak selezat gambar yang dipamerkan. Akhirnya tambah Ida (2016), kita hanya bisa *complain* dan menumpahkan kekesalan dengan memberikan komentar atau reaksi dengan *emoticon*: jempol ke atas, jempol ke bawah, gambar hati, atau berbagai ekspresi muka yang tersedia.

Perubahan komunikasi ini sungguh sangat fundamental dan membawa implikasi banyak hal kepada perilaku konsumen media saat ini. Sebagai konsumen media *virtual* kita mulai sering melakukan hal-hal yang tidak patut, tidak pantas dan tidak sesuai dengan kelaziman ruang publik. Ida (2016) memaparkan seperti kerahasiaan (*secrecy*), membuka rahasia (*whistleblowing*), bocoran informasi (*leaks*), permintaan maaf (*apology*), rumor dan gossip, penipuan/kebohongan (*lying*), sindiran halus (*euphemism*), dan kekaburan (*ambiguity*). Itulah dilema-dilema etika yang muncul dalam praktek-praktek komunikasi konvergensi.

Bahkan semakin banyak contoh dan juga malpraktik dalam media sosial yang sering dilakukan oleh para pengguna. Di antaranya ekploitasi rahasia individu, rumor, gosip, dan juga memememe tanpa meminta izin dan konfirmasi kepada yang bersangkutan untuk konsumsi publik

Norma etika distribusi informasi publik mestinya dipegang oleh semua pihak. Kontrol ini harus tetap menjadi norma atau etika yang juga dipegang oleh kita yang tanpa terasa telah menjadi penyebar informasi melalui *Facebook, Twitter, Whatshap* dan *Instagram* kita, di laman-laman personal *blogs* kita, dan *chats* forum yang kita ikuti. Etika memberitakan, menyiarkan, menayangkan, berdebat dan memberikan opini atas nama kebebasan informasi dan kebebasan

berbicara harus tetap dalam koridor etika dan norma komunikasi yang berlaku dalam dunia konvensional.

Ida (2016) menjelaskan bahwa etika komunikasi sebagai konsep tentang perilaku individual atau kelompok yang diatur oleh moral-moral mereka yang pada gilirannya berdampak pada komunikasinya. Etika komunikasi papar Ida (2016) berkaitan dengan moral baik yang ditunjukkan dalam komunikasi manusia. Dalam konteks individuali saat ini, etika komunikasi tetap menjadi bagian krusial dan penting dalam kajian Ilmu Komunikasi dan Media ke depannya. Persoalan etika komunikasi menurut Ida (2016) terutama persoalan penggunaan bahasa dalam issue-issue moralitas dan kekuasaan *(power),* serta pengetahuan (knowledge) menyiratkan sebenarnya bahwa permasalahan etika komunikasi adalah masalah yang krusial. Hal ini tidak luput pula dari persoalan politik nasional dan global terkait dengan persoalan etika dan moralitas informasi dengan perkembangan konvergensi media dan teknologi informasi digital saat ini.

Penguatan regulasi dan kebijakan informasi dan komunikasi terkait dengan penggunaan konvergensi media dan teknologi digital menjadi bagian dari hal yang patut untuk diperhatikan. Ruang publik yang sehat dan tidak terdistorsi oleh kepentingan individu yang berlebihan akan bisa dikendalikan. Penguatan regulasi ini akan menjadi pertahanan untuk menciptakan kebaikan ruang ruang *virtual* yang selama ini dianggap bebas sebebas bebasnya hingga berlagnsung tanpa kendali.

Ida (2016) menjelaskan dengan mengutip Aristoteles tentang '*Ethos'* atau '*ethical proof'* bahwa untuk mencapai moral yang baik dalam komunikasi, ada hal-hal yang harus diperhatikan yakni: kredibilitas (*credibility*), keahlian (*expertness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dinamisasi (*dynamism*), dan kemampuan sosial (*sociability*) dalam komunikasi manusia. Prinsip-prinsip ini pun seharusnya berlaku dalam tataran komunikasi di era konvergensi dan digital teknologi informasi yang lebih maju. Kepekaan dalam komunikasi wajib kita latih terus menerus karena media siber bisa sering terjadi kesalahpahaman karena kode dan teks yang kita terima dan kirimkan dan dimediasi oleh teknologi itu kadang tidak selalu bersesuaian dengan apa yang sesungguhnya kita maksudkan.

Benteng pertahanan pada tahap ini bisa kita lakukan mulai dari diri sendiri dengan mampu menahan diri dan tidak berkehendak jelek terhadap liyan. Kita tidak melakukan diskriminasi, mengolok-olok secara tidak langsung melalui berbagai fasilitas dalam media sosial, memberikan komentar-komentar buruk atau komentar lucu yang sebenarnya tidak lucu, menurunkan martabat orang lain, dan banyak hal yang tanpa sadar bisa menyinguung orang lain khususnya mereka yang selama ini terdiskirimasi dan termarginalkan. Sudah saatnya kita akhiri kegaduhan dengan menggantikannya menjadi damai dan kenyamanan bersama.

Semua pengguna harus menyadari bahwa pengguna media *online* adalah beragam dan majemuk. Kemajemukan ini mesti harus dihormati dan menjadi kenyataan yang harus diterima dengan lapang hati bahwa media *online* ini adalah ruang publik *(public sphere).* Kadang ada informasi yang semestinya itu hanya untuk ruang privat akhirnya bocor ke ruang publik dan menjadi viral di mana-mana. Tidak ada lagi tatakrama yang berlaku. Padahal dunia siber memerlukan kesadaran pelaku yang terlibat untuk mencapai kesalingpahaman dan menghindari konflik.

Essensi Komunikasi Media Digital

Dalam situasi dimana informasi semakin *banal* dan *overload* saat ini, maka penting bagi kita untuk menajamkan kemampuan literasi informasi dengan memahami esensi dasar komunikasi sebaga basis dalam memroduksi dan mengkonsumsi informasi. Sebagai produsen dan konsumen informasi yang bertanggungjawab, maka penting bagi kita untuk memiliki kemampuan empatik kepada orang lain, menenggang orang lain, menghormati orang lain dan juga mengantisipasi informasi yang kita buat dan peroleh bagi kebaikan bersama. Mari kita kuatkan solidaritas antar warga dan memperbaiki *hablum-minannaas* dan berhenti merusak ruang publik dengan melakukan malpraktik produksi dan konsumsi informasi bohong dan palsu.

Mari kita dorong tumbuhnya informasi yang positif, berkualitas dan mencerahkan. Informasi yang kita konsumsi adalah informasi yang terjaga kualitasnya, bermutu mendalam dan substansial yang bisa meningkatkan kualitas peradaban kita. Mari kita mulai dari

diri sendiri dengan mampu menahan diri dan tidak berkehendak jelek terhadap liyan. Mari kita miliki tanggungjawab dan pengendalian diri atas apa yang kita sampaikan di ruang publik untuk mencapai kesepahaman dan semangat berbagi kebaikan.

Masyarakat Jawa timur selama ini lebih mementingkan harmoni dan keselarasan dalam hidup bersama. Sebagai masyarakat peguyupan, masyarakat Jawa Timur sebagaimana masyarakat jawa pedesaan lainnya, senantiasa mengembangkan sikap hormat kepada sesama sesuai kedudukan dalam komunikasi. Masyarakat Jawa Timur mengenal unggah-ungguh dalam berkomunikasi sehingga tercipta suasana yang saling menghormat dan respek.

Dari Etika ke Hukum Siber

Selain masyarakat memiliki hak bermedia. mereka juga memiliki kewajiban dan tanggungjawab etis terkait dengan penyebaran informasi. Bagi masyarakat siber yang membuat berita, tanggung jawab yang paling mendasar dalam jurnalistik menurut Potter (2006) adalah melaporkan berita secara akurat dan adil. Etika menurut Potter adalah suatu sistem prinsip yang memandu tindakan dan apa yang hendaknya dilakukan berdasarkan nilai nilai baik pribadi, profesi, sosial maupun moral. Sementara hukum menetapkan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam situasi tertentu. Kredibilitas informasi dan berita selalu terkait dengan komitmen pada kebenaran, upaya mencapai akurasi, keadilan, dan obyektivitas.

Ada satu hal yang paling penting di dalam jurnalisme menurut Hersey dalam Potter (2016) yaitu: penulis tidak boleh mereyakasa. Para pewarta harus patuh pada prinsip-prinsip dasar organisasi jurnalistik sukarela yaitu: 1) cari kebenaran dan laporkan. Pewarta harus jujur, adil, dan berani mengumpulkan, melaporkan, dan menafsirkan informasi, 2) minimalkan kerugian. Pewarta yang beretika memperlakukan subyek dan kolega sebagai manusia yang berhak dihormati, 3) bertindak independen. Pewarta harus bebas dari kewajiban pada kepentingan apa saja kecuali hak publik untuk tahu, 4) bertanggung jawab. Pewarta bertanggung jawab pada pembaca, pendengar, penonton mereka dan satu sama lain.

Kode etik biasanya mencakup tiga unsur dasar yaitu: 1) nilai-nilai fundamental termasuk penghormatan pada kehidupan dan

solidaritas sosial manusia, 2) larangan fundamental termasuk tidak berbohong, menyebabkan kerugian yang tidak perlu atau menggunakan milik orang lain, 3) prinsip-prinsip jurnalistik termasuk keakuratan, keadilan, dan independensi. Adapun kode tingkah laku atau standar praktik, ini diharapkan dapat diikuti. Kode ini menyebut tindakan atau kegiatan spesifik yang dianjurkan atau dilarang. Kode tingkah laku bisa menjadi pegangan publik untuk untuk meminta tanggungjawab jika standar itu dilanggar. Selain standar internal, media juga wajib memperhatikan standar masyarakat dan juga peraturan formal yang berlaku.

Pedoman Dasar Media Siber

Sangatlah penting bagi kita untuk memperhatikan elemen jurnalistik Bill Kovac sebagai basis di dalam menyikapi informasi yang demikian membludak di media sosial. Pertama, kewajiban dasar jurnalisme adalah pada kebenaran. Kedua, keyakinan dasar jurnalisme adalah kepada warga. Ketiga, intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi. Keempat, para praktisinya harus menjaga independensi dari terhadap sumber berita. Kelima, jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan. Keenam, jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik dan dukungan warga. Ketujuh, jurnalisme harus berupaya membuat hal penting menarik dan relevan. Kedelapan, jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional. Kesembilan, para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka. Selain itu, ada beberapa hal penting untuk diperhatikan sebagai pedoman di dalam komunikasi dunia siber yang dibuat Dewan Pers dan Komunitas Pers di Jakarta pada 3 Februari 2012.

Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Dewan Pers dan Masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaaan Media Siber sebagai berikut.

Ruang Lingkup

Media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan dewan pers. Isi buatan pengguna (*user generated content*) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber antara lain artikel, gambar, komentar, suara, video, dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa dan bentuk lain.

Verifikasi dan Keberimbangan Berita

Pertama, pada prinsipnya, setiap berita harus melalui verifikasi. Kedua, berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan. Ketiga, ketentuan di atas dikecualikan dengan syarat a) berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak b) sumber berita yang pertama yaitu sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten c) subyek berita yang harus dikonfimasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancara d) media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita itu masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama didalam kurung dan menggunakan huruf miring. Keempat, setelah memuat berita sesuai poin kedua, media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (update) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

Isi buatan pengguna *(user generated content).*

Pertama, media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai isi buatan pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang pers dan kode etik jurnalistik yang ditempatkan secara terang dan jelas. Kedua, media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses *log-in* terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk isi buatan pengguna. Ketentuan mengenai login akan diatur lebih lanjut. Ketiga, dalam registrasi

tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa isi buatan pengguna yang dipublikasikan: a) tidak memuat isi bohong, fitnah, sadeis, dan cabul. b) tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan. c) tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani. Keempat, media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus isi buatan pengguna yang bertentangan dengan butir. Kelima, media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan isi buatan pengguna yang dinilai melangar ketentuan pada butir. Kelima, mekanisme ini harus disediakan di tempat yang mudah dapat diakses pengguna. Keenam, media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap isi buatan pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan butir ketiga, sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima. Ketujuh, media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir pertama, kedua, ketiga, dan keenam tidak dibebani tangung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir ketiga. Kedelapan, media siber bertanggung jawab atas isi buatan pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir keenam.

Ralat, Koreksi dan Hak Jawab

1) Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada undang-undang pers, kode etik jurnalistik, dan pedoman hak jawab yang ditetapkan dewan pers.
2) Ralat, koreksi, dan/atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.
3) Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan/atau hak jawab tersebut.
4) Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka: a) tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikann di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya. b)

koreksi berita yang dilakukan oleh suatu media siber dan juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu. c) media yang menyebarluaskan berita dari suatu media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan/atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu. d) sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pencabutan Berita

1) Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.
2) Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan khusus lain yang telah dicabut.
3) Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.

Iklan

1) Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
2) Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan/atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan 'advertorial', 'iklan', 'ads'. 'sponsored', atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/ artikel/isi itu iklan.

Hak Cipta

Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pencantuman Pedoman

Media siber wajib mencantumkan pedoman pemberitaan media secara terang dan jelas dimedianya.

Sengketa

Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan pedomean pemberitaan media siber diselesaikan oleh dewan pers.

Media juga dituntut untuk memiliki tanggung jawab di dalam membuat ketentuan terkait dengan akses dan juga perjanjian menyangkut hak dan kewajiban dari pengguna.

Media sebagai Institusi Sosial

Netiket menurut Thurlow dalam Nasrullah (2016:182) merupakan sebuah konvensi atas norma norma yang secara filosofi digunakan sebagai panduan bagi aturan atau standar dalam proses komunikasi di internet atau merupakan etika berinternet sekaligus perilaku sosial yang berlaku di media *online*.

Kendati aturan dan netiket telah ada, karena sifat internet yang terbuka maka tetap saja ada peluang terhadap pelanggaran dan perbuatan yang kontraproduktif (Nasrullah,2016). Apalagi media sosial juga semakin mengkaburkan antara ruang privasi dan ruang publik yang kemudian membuat permasalahan baru di ruang publik. Media sosial kini tak lagi menjadi sekadar sebagai medium, tetapi juga menjadi gaya hidup dari hubungan pengguna dan teknologi.

Pada dasarnya, manusia memiliki kemampuan untuk memilah mana yang baik, mana yang buruk, mana yang penting, mana yang tidak penting, mana yang pantas dan mana yang tidak pantas. Dengan mengasah diri untuk mendengar hati nurani, manusia akan dapat mengendalikan perkembangan teknologi itu untuk memanusiakan dirinya dan tidak menjadikan teknologi sebagai penjajah kehidupannya. Patutlah juga disadari bahwa semua apa yang kita lakukan nanti akan kembali ke diri kita sendiri apa yang kita tempuh akan juga berdampak kepada apa yang kita hasilkan. Ingat yang baik, memikirkan yang baik, menjalankan yang baik, bersikap yang baik, bersama dengan yang baik, hidup akan menjadi baik berpegang teguh kepada moral dan kebaikan publik. Semoga media *online* semakin meneguhkan jati diri kita sebagai mahluk sosial dan peradaban ruang publik yang lebih baik.

Referensi

Ida, Rachmah. (2016). *Etika Komunikasi di Era Konvergensi Media*, Orasi ilmiah Stikosa AWS Surabaya

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta: Prenada Media.

Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Jakarta: Prenada Media.

Potter, Deborah. (2006). *Buku Pegangan Jurnalisme Independen*, Biro Program Informasi Internasional, Departemen Luar Negeri USA

Surokim. (2017). *Internet, Media Online, dan Perubahan Sosial di Madura*, Bangkalan: Puskakom Publik UTM dan Prodi Komunikasi UTM

INISIASI PEMBANGUNAN KOMUNIKASI MASYARAKAT KEPULAUAN TIMUR MADURA MELALUI KETERBUKAAN INFORMASI, OPEN MINDSET, DAN MEDIA LOKAL

Oleh:
Surokim

Pewarta warga (citizen reporter) adalah wujud daya kritis warga. Setiap orang difungsikan dan memfungsikan diri sebagai pemberi informasi yang sekaligus juga pengguna informasi itu sendiri. Warga masyarakat tidak lagi sebagai konsumen informasi belaka, tetapi juga sebagai penyedia informasi (produsen informasi) bagi orang lain. Pewarta warga akan membuka ruang publik di media karena lebih jujur dan lebih independen. Jika daya kritis ini terus terbangun, maka akan meningkatkan pengawasan warga dan kebaikan ruang publik. Melalui upaya membuka akses informasi, reposisi open mindset, dan kepemilikan media lokal dan menjadi pewarta warga, diyakini akan mendorong demokratisasi komunikasi di tingkat lokal. Masyarakat dapat terlibat aktif dalam berbagai diskusi yang terkait dengan kepentingan dan permasalahan mereka hingga dapat mencari solusi secara mandiri dan berkelanjutan (Skm.).

***

Reformasi politik 1998 telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Relasi antar warga juga berkembang lebih demokratis dan lebih terbuka. Warga negara mulai berani untuk menyampaikan aspirasi, merasakan kemerdekaan, dan memiliki kebebasan berekspresi. Warga tidak lagi berada dalam tekanan kekuasaan negara yang membuat mereka

menjadi takut, apatis, diam, dan enggan menyampaikan gagasan, pendapat terkait dengan kehidupan bersama (publik). Masyarakat mulai berani menyampaikan aspirasinya baik melalui jalur formal maupun nonformal, melalui perbincangan langsung *(face to face)* maupun melalui perantara media massa.

Reformasi juga telah membawa perubahan kehidupan politik yang lebih demokratis, egaliter, dan juga mampu mengembalikan hak-hak sipil yang selama ini diabaikan. Keberagaman pendapat juga semakin terlihat di dalam diskursus media. Tuntutan perubahan dan demokrasi di segala bidang adalah respons atas dinamika masyarakat yang terus berkembang. Masyarakat kini terhubung ke dalam berbagai jaringan informasi masyarakat dunia yang tidak bisa lagi dihambat dan diisolasi sehingga memunculkan resistensi jika terus dikendalikan.

Pengalaman dalam beberapa dasawarsa selama kekuasaan orde baru, kehidupan masyarakat sepenuhnya dikendalikan oleh elit penguasa hingga membuat masyarakat sekadar menjadi objek pembangunan. Partisipasi masyarakat di era orde baru sejatinya semu karena bukan berangkat dari inisiatif murni keswadayaan mandiri warga, tetapi lebih mirip mobilisasi yang digerakkan dari luar yakni para elit penguasa. Situasi ini membuat warga hanya menjadi alat untuk melegitimasi kekuasaan dan kemudian dipinggirkan saat tidak dibutuhkan. Masyarakat hanya menjadi pelengkap dan tidak ikut terlibat aktif dalam membahas berbagai hal strategis yang menyangkut kehidupannya sendiri.

Situasi hegemonik ini berlangsung lama (tiga dasawarsa lebih) hingga masyarakat menjadi apatis dan memilih jalan aman untuk tidak menyuarakan aspirasi dan berseberangan dengan penguasa. Masyarakat tidak berani untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan negara, khususnya yang menyangkut pelayanan publik. Akibat kurangnya pengawasan publik maka malpraktik penyelenggaraan pemerintahan hampir terjadi semua level. Protes publik yang paling keras adalah terkait dengan kolusi, korupsi, dan nepotisme (KKN).

Seiring dengan reformasi politik dan munculnya kesadaran hak sipil untuk terlibat dalam penyelenggaraan urusan publik, membuat

peran berbagai aktor strategis terus mengalami tarik ulur. Elit yang selama ini memainkan peran dominan dalam penyelenggaraan kenegaraan juga harus menyesuaikan dengan perkembangan mutakhir dan mereposisi diri dalam relasi yang lebih sejajar dan tidak lagi berada dalam posisi lebih dominan. Peningkatan kesadaran publik membuat tuntutan akan peningkatan penyelenggaraan urusan publik lebih akuntabel, transaparan, dan berorientasi kebaikan bersama semakin mengemuka.

Penguatan peran sipil warga negara menurut para ahli (Rahmiati, 2007; Maryani, 2011) sebenarnya bertumpu kepada pengetahuan dan informasi. Pengetahuan dan informasi menjadi basis bagi munculnya kemandirian dan tumbuhnya partisipasi publik. Informasi bagi masyarakat modern adalah aset yang bisa didayagunakan untuk memeroleh keunggulan dan daya saing.

Mengelola informasi menjadi aset dan komoditas adalah salah satu tahapan menuju industri jasa masyarakat modern. Dengan demikian, persoalan akses memegang peranan penting untuk membuka dan mendorong partisipasi publik (Rennie, 2006). Masyarakat harus didorong untuk memeroleh akses dan sumber informasi sehingga memiliki pengetahuan dan informasi yang cukup dalam mencari solusi persoalan publik, khususnya terkait dengan upaya menuju kemandirian warga.

Selama ini, akses informasi dan pengetahuan lebih banyak diperoleh melalui media dan lembaga pendidikan. Dalam konteks masyarakat pedesaan, dua institusi itu memiliki pengaruh dan dampak yang kuat terhadap pembentukan daya kritis dan pengetahuan masyarakat. Melalui lembaga pendidikan, masyarakat memeroleh bekal literasi, sementara melalui media massa masyarakat memeroleh pengetahuan mutakhir terkait dengan perkembangan lingkungannya.

Institusi media massa dalam masyarakat pedesaan juga memiliki peran untuk mendorong keterbukaan informasi mengingat selama ini sebagian besar masyarakat pedesaan masih tradisional, belum demokratis dan linear. Arus informasi juga cenderung bersifat dari atas ke bawah *(top down)* (Rahmiati, 2007:1). Media massa diyakini bisa mendorong keterlibatan publik dalam pengawasan pembangunan yang selama ini informasinya tertutup dan menjadi lebih demokratis.

Situasi dan kondisi Masyarakat Kepulauan Madura

Masyarakat Kepulauan Madura adalah warga yang tinggal di pulau-pulau kecil yang tersebar di sekeliling pulau Madura. Tercatat ada 126 pulau yang sebagian besar berada di kepulauan Timur Madura. Masyarakat kepulauan menghadapi permasalahan yang kompleks. Mereka tidak hanya menghadapi kendala alam dan geografis, tetapi juga mobilisasi sosial budaya. Mereka tidak hanya mengalami keterbatasan transportasi, air bersih, tetapi juga akses informasi. Kondisi masyarakat kepulauan relatif terisolasi dan secara sosial juga tertinggal dibandingkan daerah di wilayah daratan. Akibatnya, mobilitas vertikal masyarakat berjalan lambat, tradisional, dan pilihan hidup yang tersedia umumnya sangat terbatas (Ariadi, 2010).

Masyarakat yang tinggal di wilayah kepulauan juga hidup dengan fasilitas dan prasarana publik seadanya. Bahkan, untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari serta kebutuhan prasarana produksi, mereka sangat tergantung kepada kiriman barang dari luar daerah. Hal yang sama juga terjadi pada bidang pelayanan kesehatan, pendidikan, dan prasarana pendukung kegiatan produktif masyarakat. Mereka hidup dengan prasarana publik yang terbatas dan tidak memiliki akses yang kuat terhadap informasi dan pasar. Kualitas sumber daya manusia juga masih tergolong rendah karena lembaga pendidikan berada di luar daerah sehingga berpengaruh terhadap kemandirian (swadaya) warga.

Menurut Ariadi (2010), mereka tidak saja menghadapi problem struktural, tetapi juga problem kultural dan sekaligus problem alam. Mereka berada dalam situasi yang tidak menguntungkan dan sesungguhnya memiliki mobilitas sosial yang lamban karena keterbatasannya diri dan juga faktor alam. Selama ini mereka hanya menjadi obyek dan tidak terlibat secara langsung mulai dari proses pembangun desa mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Partisipasi yang rendah itu bisa jadi karena akses informasi terhadap program pembangunan sangat minim. Masyarakat kepulauan tidak memiliki akses yang cukup terhadap informasi pembangunan desa. Selama ini mereka juga hanya menjadi obyek pembangunan tanpa muncul inisiasi dan sumbangsih terhadap program yang dijalankan.

Dalam hal informasi, masyarakat kepulauan hanya menjadi obyek media arus utama *(mainstream)* yang hanya membahas

masalah masalah besar yang ada di pusat dan tidak pernah menyentuh permasalahan riil yang sedang dihadapi masyarakat kepulauan. Mereka tidak memiliki media massa sendiri tempat dimana mereka bisa memperbincangkan masalah dan mencari solusi bersama sesuai dengan potensi yang mereka miliki. Selama ini mereka hanya menjadi pendengar dan penonton media *mainstream* nasional yang jarang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari di kepulauan seperti kemacetan, banjir, dan juga demonstrasi.

Kondisi ini jelas memerlukan perhatian khusus mengingat warga kepulauan adalah bagian integral dari pembangunan kawasan daratan. Paling tidak ada tiga alasan menurut Ariadi (2010) mengapa warga kepulauan harus diberi perhatian khusus. Pertama, karena di Propinsi Jawa Timur wilayah kepulauan ditengarai merupakan salah satu kantong kemiskinan yang paling menderita akibat tekanan situasi krisis ekonomi yang berkepanjangan. Kedua, karena kepulauan merupakan wilayah yang mengalami polarisasi paling menyolok, baik secara fisik maupun sosial. Dengan posisi geografis yang relatif terisolir, wilayah kepulauan bukan saja jauh dari kepentingan dan sumber-sumber produktif di pusat-pusat kekuasaan, tetapi juga acapkali terlantarkan akibat adanya prasangka keruangan yang keliru (Chambers, 1987). Ketiga, karena kualitas SDM masyarakat kepulauan umumnya masih jauh tertinggal, dan tidak mustahil mengalami degradasi kualitas kehidupan jika tidak segera dilakukan langkah-langkah intervensi. Sebagian besar masyarakat kepulauan umumnya hanya ber-pendidikan setara SD atau SLTP, dan bahkan cukup banyak yang tidak sekolah, sehingga peluang mereka untuk melakukan diversifikasi usaha atau mencoba memperbaiki kualitas hidup acapkali terhambat.

Tantangan paling serius di kepulauan timur Madura adalah persoalan akses transportasi dan komunikasi. Minimnya sarana transportasi dan komunikasi membuat penduduk kepulauan menjadi terasing dan terisolasi. Persoalan ini penting untuk mendapat perhatian agar warga kepulauan tetap merasa menjadi bagian dari warga Jawa Timur. Guna membuka akses informasi, komunikasi antar warga, dan memecah keterasingan antar pulau, diperlukan media warga sebagai media komunikasi bagi warga Kepulauan Madura.

Media lokal ini sangat strategis untuk pembangunan wilayah dan pemberdayaan warga kepulauan.

Relasi dan Demokrasi Lokal

Perjalanan demokrasi di tingkat lokal di Indonesia menghadapi tantangan yang kompleks. Idealnya, demokrasi seharusnya tumbuh secara alamiah sesuai dengan potensi budaya, politik, dan masyarakat. Namun, perjalanan demokrasi di Indonesia mengalami fase naik turun. Salah satu yang menjadi indikator adalah posisi dan kekuatan publik sebagai benteng pertahanan dan kualitas demokrasi. Jika menilik perjalanan demokrasi, Indonesia harus diakui ada percepatan sehingga proses konsolidasi dan maturasi demokrasi ada yang timpang dan tidak matang hingga pada beberapa proses menimbulkan paradoks. Seharusnya proses pematangan demokrasi diikuti dengan kesadaran kolektif warga dalam memerjuangkan *virtue* publik berkelanjutan.

Kekuatan dan posisi publik menjadi benteng demokrasi karena ia menjadi pengawal utama cita-cita demokrasi. Agen ini relatif steril dari kepentingan bisnis dan kekuasaan dan menjadi pengawal sejati perjalanan demokrasi demi kebaikan publik. Posisi agen ini seharusnya tidak bisa diintervensi oleh kekuatan pasar dan negara dan senantiasa mampu memperkuat diri menjadi penyeimbang bagi kekuatan politik agen lain. Posisi publik di tengah kontestasi politik tidak boleh berada dalam kuasa hegemonik dan harus sejajar dengan aktor politik yang lain sehingga publik memiliki soliditas bagi pengawal perjalanan demokrasi. Kenyataannya, selama ini posisi dan kekuatan konsolidasi publik sering naik turun tergantung soliditas publik. Pada saat awal reformasi kita melihat posisi publik yang kuat, tetapi terus melemah seiring dengan mobilisasi tokoh-tokoh sipil naik menjadi kekuatan negara (penguasa, pen).

Harus diakui, relasi publik dan negara serta pasar selama ini agak timpang. Publik senantiasa dalam posisi yang terus melemah seiring dengan pertumbuhan kapitalisme dan liberalisasi ekonomi negara. Peran publik semakin termarginalisasi oleh kekutan pasar dan negara. Situasi ini memang terjadi hampir di berbagai negara yang tengah mengalami transisi demokrasi. Alih-alih akan menuju demokrasi justru melahirkan liberalisasi yang mengancam kekuatan dan kedaulatan publik.

Patut disimak pula bahwa hampir sebagian besar negara maju juga memiliki pengalaman dalam menghadapi liberalisasi. Mereka mampu menghadang liberalisasi melalui tata kelola pemerintahan yang bersih dan mendorong penguatan *civil society.* Penguatan *civil society* melalui intrumen keterbukaan informasi mampu mendesakkan agenda-agenda publik menjadi isu utama proses demokrasi akan bisa dikendalikan dan tetap berada di relnya dengan baik. Cita-cita untuk memiliki tata pemerintahan yang baik untuk masa depan yang lebih baik bisa dijalankan dengan jalan memperkuat peran publik. Agar publik mampu menjadi pengawas yang baik maka berbagi informasi dan adanya akses yang cukup terhadap informasi publik itu harus dibuka.

Membuka dan Keterbukaan Informasi

Selama ini, ketertutupan informasi menjadi sebab malpraktik dan dominasi kelompok tertentu atas urusan publik. Di situ letak asal muasal dari munculnya korupsi, kolusi, dan nepotisme. Keterbukaan informasi memang tidak berprinsip membuka segalanya, tetapi tetap berada dalam menjaga kepentingan publik. Dengan demikian, pengelolaan informasi publik juga didesain sesuai perkembangan dan kebutuhan publik. Informasi dapat dikategorikan dalam beberapa kategori agar dapat didayagunakan secara efesien dan bermanfaat.

Infomasi publik adalah informasi yang terkait dengan kemaslahatan publik. Publik memiliki hak untuk mengetahui *(right to know)* karena menyangkut hajat hidupnya, menyangkut masa depannya, menyangkut nasib atas perkembangan masa depannya. Dengan demikian, ini menjadi hak dasar dan harus dijamin oleh negara. Jika hak ini sudah dijamin, maka publik harus terus disadarkan dan didorong untuk memiliki kesadaran untuk menggunakan secara bertanggung jawab. Bertanggung jawab harus menjadi perhatian karena masih banyak pihak tidak mampu bertanggung jawab atas informasi yang didapatnya sehingga sering terjadi distorsi.

Keterbukaan informasi juga akan mendorong kebijakan dan regulasi yang menyangkut publik menjadi lebih berkualitas. Alasan yang bisa diajukan karena regulasi telah mendapat masukan, aspirasi, pendapat dan dukungan publik. Publik akan turut berkontribusi atas kebijakan dan regulasi tersebut sehingga secara moral memiliki

tanggungjawab untuk melaksanakan dan mendukung regulasi tersebut. Dalam jangka panjang, hal ini akan membuat relasi masyarakat dan negara menjadi positif dan saling mendukung.

Dalam konteks pelayanan publik, keterbukaan informasi juga akan membuat keluhan, keberatan publik justru menjadi berkurang. Publik telah mendapatkan saluran atas berbagai pertanyaan yang selama ini muncul dalam benaknya dan tersedia jawaban melalui berbagai media informasi publik. Keterbukaan benar-benar merupakan investasi masa depan.

Sejarah juga membuktikan bahwa bangsa yang maju, selalu bisa adaptif, cepat, dan bisa memanfaatkan peluang dalam perubahan. Semua itu direspons melalui keterbukaan informasi. Terbukti, negara yang responsif terhadap informasi memiliki keuggulan untuk memeroleh keuntungan. Apalagi saat ini aset yang penting bagi negara telah berubah dari yang sifatnya fisik menjadi non fisik. Kreativitas dan inovasi menjadi kunci dalam mengelola asset non fisik yang sifatnya intagible tersebut.

Negara yang responsif terhadap informasi seperti USA, Kanada, Jepang, Finlandia, Perancis, Jerman, Inggris, dan Australia terbukti telah memeroleh keuntungan lebih cepat atas perubahan yang ada dimasyarakat. Kini negara tersebut juga kian membuka diri dengan melakukan kerja sama untuk merancang skema upaya responsif bersama masyarakat (media massa dan LSM) dengan prinsip kolaboratif, dan saling percaya guna mendorong kesetaraan dan keadilan dalam bidang informasi (akses). Masyarakat maju semakin menuntut adanya kesetaraan, saling berbagi *(shared meaning)* kepemilikan informasi berbanding sejajar dengan tingkat ekonomi, budaya, dan penguasaan teknologi.

Masyarakat harus terus didorong agar selalu membutuhkan informasi. Tahapan inilah yang sering disebut sebagai *learning society*, masyarakat yang belajar tiada henti. Belajar dan menjadikan informasi menjadi aset dan pengembangan industri kreatif di masyarakat. Informasi untuk masa depan yang lebih baik dan melalui keterbukaan informasi untuk memeroleh jaminan akan akses dan partisipasi publik.

Dalam keterbukaan informasi publik, semua pihak khususnya badan publik harus menyiapkan diri dan terus beradaptasi dengan

perubahan. Sebagai konsekuensi hak publik untuk memperoleh informasi yang dikuasai oleh badan publik. Kewajiban badan publik untuk menyediakan dan mengumumkan informasi publik (secara cepat, tepat waktu, biaya ringan/proporsional, dan cara sederhana). Dengan demikian masyarakat dapat memeroleh informasi dengan mudah dan efisien.

Reposisi dan *Open Mindset* Warga

Dalam masyarakat saat ini berlaku prinsip bahwa siapa yang mengusai informasi maka ia yang akan mendapat kekuasaan. Mereka yang menguasai informasi akan memiliki nilai tambah, keunggulan, dan keuntungan. Selama ini masyarakat pedesaan di kepulauan Madura tidak cukup informatif karena sumber informasi relatif tertutup dan tidak terbuka. Sumber informasi tersebut berada di kalangan tertentu dan tidak dibagi ke publik.

Informasi dan pengetahuan mengandung kuasa, baik dalam politik, ekonomi maupun budaya budaya. Dalam masyarakat tradisional, kuasa informasi itu biasanya berada di elit dan tokoh. Informasi itu sering tidak terbagi ke publik. Akibatnya, informasi menjadi kuasa bagi elit untuk melegitimasi kekuasaannya. Patut diwaspadai jika elit itu tidak memahami prinsip kebaikan publik, upaya menutup informasi itu biasanya terkait dengan menyembunyikan malpraktik urusan publik.

Dalam masyarakat yang tertutup biasanya muncul tokoh sentral dan menjadi rujukan. Tokoh itu cederung akan menjadi *public opinion* dan menjadi tokoh sentral hingga dalam tahap tertentu pada masyarakat tradisional, tokoh-tokoh tersebut kerap menjadi kultus personal. Kecenderungannya, tokoh-tokoh tersebut tampil menjadi pribadi *introverse* yang kuat dan jauh dari koreksi serta kritik (Wahyono, 2015). Dalam jangka waktu lama, hal ini membuat publik memiliki kepatuhan yang besar dan kadang memafhumkan pelanggaran pelanggaran kebaikan publik. Pengawasan publik menjadi nihil karena ketergantungan yang tinggi terhadap tokoh-tokoh tersebut. Situasi ini menurut banyak ahli dianggap sebagai pseudo demokrasi.

Kita semua sudah belajar dari sejarah bahwa negara-negara maju telah melewati tahapan dimana setiap warga negara memiliki peran serta dan kontribusi terhadap kehidupan bersama. Semua memiliki

hak untuk memeroleh kemajuan melalui berbagai peluang. Setiap warga memiliki kesempatan untuk berkompetisi meraih jalan terbaik bagi kehidupannya. Jika situasi ini mampu diwujudkan maka keswadayaan publik akan muncul dan disitulah sejatinya demokrasi dimulai.

Masyarakat harus memiliki kesempatan untuk juga menjadi *public opinion* sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya masing-masing. Keberadaan kultus personal harus direduksi supaya kekuasaan tidak menjadi absolut dan partisipasi publik bisa tumbuh kembang. Masyarakat harus merasa aman *(secure)* untuk menyampaikan gagasannya dan tidak berada dalam bayang-bayang kultus personal tersebut.

Jika kita membaca sejarah, majunya sebuah negara tidak ditentukan oleh lamanya negara itu berdiri, jumlah dan keunggulan sumber daya alam, dan juga ras warna kulit, namun, lebih ditentukan oleh sikap mental, sikap, dan perilaku masyarakat yang *open minded* dan penguasaan ilmu dan teknologi yang *open minded* pula. Dalam konteks masyarakat modern, *open minded* tersebut terkait dengan kemampuan untuk meraih peluang dengan meminimalkan resiko dan memaksimalkan peluang. Bagaimanapun sesungguhnya masa depan bangsa tetap dikonstruksikan melalui proses yang terus diciptakan dan tidak sekadar menunggu nasib dan berkah zaman. Terbukti, bangsa yang maju adalah bangsa yang adaptif, cepat, dan meraih keunggulan.

Penting bagi masyarakat pedesaan untuk merubah pola pikir bahwa *open minded* akan membawa implikasi dan manfaatnya lebih besar dari kemudaratan (kerugian). Bagaimanapun, persaingan saat ini adalah persaingan global yang lebih mementingkan kualitas dan tidak menyoal darimanapun datangnya ide dan gagasan itu.

Masyarakat pedesaan harus mulai melihat dunia luar untuk memeroleh peluang dan daya saing. *Open minded* akan justru membawa dampak lebih besar bagi kehidupan publik utamanya publik yang tinggal di pedesaan. Masyarakat akan tergabung dalam jaringan masyarakat dunia yang terkoneksi, memeroleh pengetahuan dan teknologi baru, saling respek dan juga menjauhkan dari konflik yang selama ini menjadi sumber masalah masyarakat modern. Komunikasi

adalah kata kunci bagi masyarakat modern untuk saling berinteraksi, saling respek, dan saling berkolaborasi. Semua itu bisa dimulai jika kita mau membuka diri.

Media Lokal Warga Kepulauan

Kesadaran masyarakat terhadap informasi harus diikuti dengan kepemilikan media. Masyarakat pedesaan yang memiliki modal sosial dan kultural harus menjadi subyek dan memiliki swadaya atas informasi di tingkat lokal. Masyarakat pedesaan melalui media lokal harus menjadi *well informed*. Kepemilikan media lokal diyakini akan membuka atmosfer keterbukaan ruang publik pedesaan.

Media massa merupakan salah satu bentuk kebutuhan bagi aktualisasi diri masyarakat. Dalam konteks masyarakat desa yang terisolasi, media akan dapat menjadi salah satu bentuk katalisator bagi masyarakat untuk memahami diri dan lingkungannya. George Gerbner (dalam Severin & Tankard 2001) mengemukakan analisa kultivasi *(cultivation analysis*), bahwa media telah menjadi anggota keluarga yang paling banyak menyampaikan pesan. Media telah menjadi pusat budaya masyarakat. Ruang media adalah ruang dimana pesan-pesan budaya ditransaksikan. Termasuk media warga/ komunitas, akan menjadi ruang dimana pesan-pesan budaya masyarakat kepulauan dimediasikan. Informasi yang ada di masyarakat mulai dari pengetahuan akan kebutuhan sandang, pangan dan papan sampai ke hiburan dapat tersaji dan di sebarkan melalui media warga.

Dengan adanya media warga, maka warga bergotong royong berperan aktif menjalankan peran warga sehingga tercipta keseimbangan ruang publik di kepulauan. Warga akan memiliki kepercayaan diri karena memiliki kesetaraan dalam penguasaan informasi. Peran serta masyarakat desa bukan hanya menerima informasi, tetapi juga ikut berpartisipasi dalam mencari informasi yang disebarkan melalui media desa ke masyarakat. Melalui media desa, masyarakat dapat mengelola dan mengembangkan informasi dan juga meningkatkan nilai-nilai budaya asli yaitu mempererat tali *silaturahim* sesama warga.

Semua unsur masyarakat, mulai dari petani, wiraswasta, pemimpin agama, guru, aparat, dan pemuda dapat mengemukakan ide dan gagasan, memberi umpan balik baik melalui lisan maupun

tulisan di dalam program media desa. Masyarakat juga akan bisa berbagi dan berlatih memberikan informasi kepada media desa melalui SMS, tulisan berita pendek, laporan pandangan mata untuk memberitahukan situasi dan kondisi yang akan, sedang, dan telah terjadi di masyarakat. Jika masyarakat sudah memiliki kemampuan dasar jurnalisme ini maka akan terbentuk kebiasaan *(habit)* dan kultur berbagi yang merupakan cikal bakal terbentukkan konsumen media yang loyal dan aktif. Media desa akan menjadi medium rembug desa yang konstruktif bagi pembahasan masalah kemasyarakatan.

Ruang publik media sejatinya adalah tempat bertemunya kepentingan bersama baik aparat, masyarakat, ataupun pihak luar. Ruang ini terbangun atas orang per orang yang secara bersama disebut publik yang mengartikulasikan kepentingan/ kebutuhan masyarakat/ bersama melalui media. Wilayah ini merupakan zona bebas dan netral yang di dalamnya berlangsung dinamika kehidupan warga secara personal/individu, yang bersih/terbebas dari kekuasaan negara, pasar dan kolektivisme (komunalisme) dan bertanggung-jawab (Ashadi, 1997).

Media warga desa dapat menjadi ruang publik yang sehat untuk memediasi kepentingan warga (publik) dan aparatur negara. Media sebagai perpanjangan/ekstensi dari ruang publik yang bisa menjamin idealisasi *public sphere* dari proses tarik menarik kuasa yang sekaligus menjadi media pembelajaran bersama menuju daulat publik. Hal ini patut ditekankan mengingat posisi publik selalu berada dalam posisi asimetris dengan negara. Media desa bisa memainkan peran agar posisi tersebut bisa equal dan mencerdaskan. Rachmiatie (2007) mengemukakan bahwa media penyiaran lokal khususnya radio komunitas menjadi salah satu alternatif dalam pelayanan informasi publik.

Hal ini penting karena pemberdayaan komunikasi dan informasi agar setiap warga negera diperlakukan secara adil dan memiliki kesetaraan. Kedua, kesejahteraan sosial yang selama ini menjadi tujuan negara masih belum bisa dicapai karena terputusnya arus informasi antara negara dan warga, baik secara vertikal maupun horizontal. Banyak program pemerintah yang bagus tetapi tidak sampai di masyarakat kalangan bawah. Informasi penting terdistorsi, dan ditolak masyarakat karena kurangnya kepercayaan kepada pemerintah.

Tidak ada koordinasi, konsistensi, dan transaparansi di bidang komunikasi dan informasi menumbuhkan perilaku komunikasi tertentu di komunitas tertentu.

Masyarakat pedesaan membutuhkan media berbasis warga dan komunitas untuk menumbuhkan aspirasi, partisipasi, dan mengangkat potensi yang selama ini belum mampu dibagi kepada masyarakat luar. Media radio desa akan menjadi salah satu solusi bagi peningkatan akses dan keterbukaan informasi masyarakat pedesaan. Melalui media radio desa, mereka akan mampu menumbuhkan keswadayaan informasi dan juga keterampilan teknis dalam mengelola media milik sendiri.

Media warga desa diharapkan dapat menjadi media pemberdayaan warga dan menjadi subyek penyiaran ditingkat lokal. Inisiatif dan pengembangan media harus murni berasal dari masyarakat, dikelola, dan dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Diharapkan melalui rakom, warga dapat berbagi informasi publik dan menjadi ruang publik yang mendorong keterbukaan informasi dan berpartisipasi dalam pembangunan desa. Selanjutnya keswadayaan itu dapat dikomunikasikan kepada masyarakat luar melalui berbagai media baru berbasis *citizen reporter.*

Melalui media ini dilanjutkan dengan pengembangan dan penguasaan teknologi informasi, masyarakat akan akrab dengan konvergensi media yang terhubung dengan berbagai jaringan informasi masyarakat. Sudah saatnya masyarakat desa memiliki media sendiri sebagai basis untuk pemberdaaan warga dan mengurangi hegemoni media arus utama (*mainstream*) yang berbiaya mahal dan susah dijangkau. Inisiasi media warga, media propublik, untuk kebaikan bersama masyarakat pedesaan harus dilakukan segera.

Pendirian media warga, khususunya media radio merujuk pada pengalaman di Bolivia yaitu pendirian radio komunitas Bolivia Tin Miner's Station sebagaimana dipaparkan Maryani (2015:17) dalam (Downing, 2004) memiliki tujuh fase penting sehingga media komunitas seperti radio dapat menjadi bagian dalam proses sosial. Fase satu, pendiriannya haruslah atas inisiatif masyarakat dan program pertama adalah musik, musik, dan musik. Fase kedua, masyarakat mulai mendatangi stasiun radio untuk meminta lagu kegemaran

dan mengirimkannya kepada teman dan keluarganya. Fase ketiga, stasiun mulai mengirimkan pesan-pesan singkat agar pendengar lebih tahu tentang kejadian-kejadian yang terjadi di daerah mereka. Fase keempat, radio mulai berperan dalam pengorganisasian dan pemimpin-pemimpin komunitas mulai menggunakan radio untuk memajukan komunitasnya. Fase kelima, mengirim reporter untuk mewancara anggota-anggota komunitas agar mengekspresikan pendapat mereka tentang isu sehari-hari atau meliput pertemuan-pertemuan dikomunitas dan kemudian mengudarakan melalui *station microphones*. Fase keenam, secara alamiah pengaruh stasiun meluas baik dari jangkauan siaran/signal (karena dapat membeli alat atas donasi komunitas) maupun bergabungnya aktor-aktor baru ke dalam *programming process*. Fase ketujuh, stasiun menjadi suatu proyek budaya dan komunikasi yang integral dan mendukung pembangunan sosial. Kemudian pengaruh stasiun meluas ke bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan bidang lain dalam perubahan dan pembangunan sosial. Setelah itu membuat kelompok pendengar aktif. Jika kelompok ini rutin melakukan monitor maka radio akan menjadi media pemberdayaan masyarakat (Tripambudi, 2011)

Jika semua itu bisa dilakukan dengan baik diikuti kesadaran masyarakat untuk turut memiliki dan memelihara media mereka maka media warga akan menjadi harapan bagi upaya mempercepat pembangunan masyarakat kepulauan. Melalui jurnalisme dan kepemilikan media warga, maka masyarakat pedesaan akan memiliki akses dan mendorong partisipasi warga untuk berkembang memajukan diri mereka melalui potensi dan daya dukung yang dimiliki dengan prinsip dari, oleh, dan untuk warga masyarakat.

Media Warga sebagai Alun-alun Ruang Publik

Media massa bisa menjadi pipa sekaligus muara bagi aspirasi dan suara masyarakat. Ia dapat berfungsi sebagai jembatan bagi aspirasi sekaligus muara tempat bertemunya berbagai kehendak dan kesepakatan bersama publik. Media sekaligus bisa menjadi representasi dan cermin atas realitas sosial yang terjadi dimasyarakat. Demikian penting posisi media hingga menjadi perhatian dan indikator demokrasi di sebuah negara.

Salah satu indikator demokrasi adalah keberadaan media yang beragam *(diversity of media).* Dengan beragamnya media, informasi tidak bisa dikuasai oleh sebagian pihak dan objektivitas media lebih bisa dicapai. Media memang rentan digunakan untuk kepentingan politik dan ekonomi sebagian kalangan. Namun, dengan keberagaman media, menjadikan media akan terjaga dan bisa saling melengkapi untuk menjaga kepentingan bersama tanpa manipulasi. Hal ini akan mampu menjadikan media sebagai salah satu pilar demokrasi karena mampu menjaga ruang publik.

Media yang sehat sesuai prinsip demokrasi memang bertumpu pada dua prinsip yakni keberagaman isi *(diversity of content)* dan keberagaman pemilik *(diversity of ownership).* Upaya untuk menuju ke arah kondisi ideal tersebut salah satunya adalah mendorong keberadaan media publik dan juga media komunitas. Semakin banyak media publik dan media komunitas maka informasi akan semakin beragam dan kepentingan publik akan semakin mengemuka menjadi agenda bersama.

Media memiliki peran strategis untuk menjadi salah satu menjadi salah satu perangkat membuka akses informasi. Banyak pihak meyakini jika informasi yang disampaikan media berkualitas maka media mampu menjadi edukator dan sekaligus inspirator bagi pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Posisi media yang demikian menjadi dambaan bagi masyarakat dan akan turut membentuk peradaban masyarakat unggul dan berkualitas.

Harus diakui bahwa selama ini media arus utama apalagi yang dimiliki oleh perusahaan cenderung menjadi alat bisnis dan industri hiburan massa ketimbang peran sosial dan edukasi. Media itu hingga kini dominan dan tidak lagi bisa diharapkan dapat menjaga prinsip keutamaan dan keadaban publik. Situasi itu juga di dorong oleh semakin besarnya kepentingan industri yang terus mencederai kepentingan publik hingga menjadikan ruang publik tergadai dan terkomersialisasi tanpa kendali. Harapan satu-satunya adalah tumbuh dan berkembangnya media publik dan komunitas.

Selama ini masyarakat, apalagi yang berada di pedesaan hanya sekadar menjadi konsumen dan diterpai berbagai informasi media tanpa mengerti apakah itu sesuai dengan apa yang mereka hadapi setiap hari. Kadang-kadang, berbagai peristiwa dan informasi itu

jauh dari realitas yang dihadapi oleh masyarakat pedesaan. Mereka tidak memeroleh kesempatan untuk bisa ikut serta terlibat dan berpartisipasi dalam membangun media yang bermutu sesuai dengan aspirasi dan harapan mereka.

Patut pula dicatat bahwa selama ini informasi yang mendidik semakin sulit diperoleh melalui media arus utama. Isi media arus utama cenderung tidak berkualitas dan semakin jauh dari prinsip kepentingan publik. Mereka mengkonstruksi habit dan perilaku masyarakat melalui berbagai isi media sehingga masyarakat terimbas dan akhirnya terpengaruh oleh dampak isi media yang tidak bermutu tersebut. Dampak isi media bagi masyarakat khususnya kalangan menengah ke bawah sungguh mengkhawatirkan. Di sisi lain, pengawasan tidak berjalan sebagaimana diharapkan. Sebagai cara memperkuat pengawasan kultural, maka masyarakat harus terus didorong untuk melakukan kontrol terhadap isi media. Perjuangan ini tidak boleh berhenti guna memperjuangkan ruang publik *(public sphere)* yang sehat dan bermanfaat bagi penciptaan peradaban masyarakat.

Tak dipungkiri, media, khususnya televisi merupakan media arus utama yang paling banyak diakses masyarakat. Media ini telah kebablasan dalam mengkomodifikasi program. Isi siaran semakin mementingkan aspek hiburan daripada edukasi dan pencipta kesadaran sosial. Akibatnya, sebagaimana dicatat oleh KPI, pelanggaran isi siaran terus meningkat dari tahun ke tahun. Tahun 2013 tidak kurang 7000 jumlah pelanggaran isi siaran. Angka itu tentu mengejutkan bagi negara berkembang seperti Indonesia dan cukup mengkhawatirkan bagi masa depan generasi muda.

Dalam situasi seperti ini, mendorong keberadaan media warga menjadi pilihan yang strategis. Media warga diyakini mampu menjadi penjaga ruang publik yang bisa diandalkan mengingat relatif steril dari kepentingan kekuasaan dan ekonomi. Sebagai langkah awal maka masyarakat sipil harus didorong untuk memiliki media berbasis warga, tempat dimana mereka bermasyarakat. Hal ini penting untuk memperkuat basis kekuatan dan konsolidasi sipil mengingat tantangan yang semakin besar khususnya tekanan pasar. Bisa jadi jika kekuatan sipil lemah maka pasar akan semakin leluasa mencipta peradaban melalui media sesuai selera mereka.

Untuk itu, perguruan tinggi harus mengambil peran untuk menjadi barisan dalam memperkuat barisan sipil dalam mengawal demokrasi. Melalui pendampingan warga memiliki media sendiri, perguruan tinggi telah berkontribusi dalam mendorong, memperkuat konsolidasi masyatakat sipil yang akan mengantarkan proses transisi dan pematangan demokrasi.

Bagi mereka, demokrasi media harus terus dijaga melalui adanya keberagamaan isi yang memihak kepada kearifan lokal dengan demikian masyarakat lokal memiliki kedaulatan dalam mengembangkan media mereka. Kini masyarakat memiliki keleluasaan dalam memilih program yang disukai. Bahkan pilihan itu melimpah. Konsumen media bisa turut menentukan bagaimana program yang bermanfaat bagi peradaban publik.

Superioritas industrialisasi media memang mengkhawatirkan. Agenda dan kepemilikan media semakin menjauhkan media dari publik dan hanya menghamba dan sebagai kepanjangan tangan para pengusaha khsusunya mereka yang berafilisasi dengan partai politik tertentu. Isi dan pemilik media di Indonesia bisa jadi sudah dalam tahap mengkhawatirkan jika tidak ada yang mengingatkan. Ruang publik yang sehat yang patuh kepada kepentingan publik akan semakin jauh dari media kita. Semua itu tentu merisaukan dan membahayakan demokrasi media kita.

Harapan ada pada media warga. Media warga akan dapat dikelola secara independen dan merdeka yang dilakukan langsung oleh masyarakat. Melalui media warga, informasi lokal dapat tersajikan dan diakses minimal oleh masyarakat lingkungan sekitarnya, di samping memang tidak sesekali melalui pemanfaatan media ini sekelompok masyarakat berhasil menunjukkan potensi kekuatannya yang besar untuk menentukan arah perubahan yang terjadi. Media warga mampu menjawab secara lebih terhadap elemen-elemen dasar jurnalistik seperti kebenaran, loyalitas pada warga, pentingnya verifikasi, indepedensi, mengawasi kekuasaan dan menyambung lidah, menyediakan forum bagi publik, memikat dan relevan, proporsional dan komprehensif, serta bersumber dari hati nurani.

Melalui media publik dan komunitas, kekuatan masyarakat sipil akan semakin solid dalam mengawal demokrasi yang bertumpu pada

prinsip PICON *(public's importance, convenience, and necessity).* Upaya untuk mendorong publik memiliki media sendiri akan semakin berkembang hingga media warga dapat menjadi dominan dan media dapat berfungsi menjadi garda depan mengawal dan menjaga kepentingan publik.

Menggagas Warga Pelapor *(Citizen Reporter)*

Pewarta warga mulai berkembang seiring dengan munculnya platform baru bermedia. Kini kita memasuki era dimana konsumen sekaligus bisa bertindak menjadi produsen media *(prosumer).* Warga bisa melaporkan apa yang terjadi di sekitarnya melalui media jejaring sosial. Jika cukup *magnitude*-nya, maka laporan itu akan diambil oleh media *mainstream* dan menjadi berita di media. Ke depan peran pewarta warga akan semakin besar dan hal ini akan positif bagi peningkatan daya kritis masyarakat.

Pewarta warga akan semakin popular di masyarakat karena mereka yang lebih dekat dengan kejadian dan peristiwa yang terjadi. Pewarta warga, papar Arifin (2013) memiliki keunggulan karena tidak terkait dengan kepentingan tertentu kecuali berkomitmen kepada kepentingan masyarakat luas sehingga nurani dan kejujuran bisa diandalkan. Selain itu menurut Arifin (2013), pewarta warga juga mampu menghayati dan menjiwai benar yang mereka ceritakan. Hasil pengamatan ataupun pengalaman mereka sendiri, ditulis dengan penuh perasaan sehingga menjadi khas dan alami. Model jurnalisme ini juga lebih mengedepankan hati nurani dan kejujuran yang lebih dekat dekat jaminan memelihara ruang publik. Pewarta warga diyakini akan mampu menghadirkan laporan yang lebih khas dan asli. Warga bisa terlibat dalam diskusi-interaktif, tanya-jawab, memberi-menerima (*take and give*) dan seterusnya.

Media massa saat ini berkembang semakin komplek dan telah berubah menjadi multi arah dan multi dimensi. Trend berita saling melengkapi akan menjadikan media warga menjadi ruang publik yang khas. Arifin (2013) memaparkan bahwa media massa menjadi ruang pertemuan berbagai gagasan ide dan upaya saling melengkapi dan koreksi. Berita bisa dilengkapi oleh konsumen untuk menuju obyektif dan lengkap. Media kemudian bisa berkembang menjadi ruang yang lebih jujur karena partisipasi publik untuk memberi

kelengkapan dan koreksi jika tidak valid. Media dalam posisi ini menurut Arifin (2013) berkembang menjadi sarana penentu keberhasilan pembangunan berbasis masyarakat.

Dalam sejarahnya menurut catatan Arifin (2013), bahwa peran informasi, dalam bentuk yang sesederhana apapun, menjadi penentu keberhasilan manusia. Keberhasilan pertanian pada masyarakat tradisional di zaman prasejarah juga ditentukan oleh ketersediaan informasi yang umumnya didapatkan dari tanda-tanda alam seperti bintang, arah angin, bunga tumbuhan tertentu hingga suara dan gerak khusus binatang sekitar. Dengan demikian menurut Arifin (2013), setiap manusia harus memiliki akses terhadap sumber-sumber informasi. Bagaimanapun kualitas hidup amat ditentukan oleh kualitas informasi. Lebih lanjut dijelaskan Arifin (2013), bahwa kualitas informasi merujuk kepada akurasi dan ketepatan waktu diperolehnya. Informasi yang tidak valid, tidak benar, bahkan menyesatkan, akan berdampak pada kesalahan pengambilan keputusan. Sebaliknya, dengan didukung informasi dan data yang benar, akurat, dan tersedia tepat waktu, maka kehidupan masyarakat akan meningkat.

Guna menjaga obyektivitas, Arifin (2013) memandang perlunya kejujuran dari semua pihak, terutama sumber-sumber dan pelaku jurnalisme. Agar kondisi ini tercapai, seluruh komponen masyarakat perlu diberdayakan sebagai subyek informasi; penyedia informasi, pengolah dan pengguna informasi, sehingga berlaku idealisme demokrasi media: dari warga masyarakat, oleh warga masyarakat, dan untuk warga masyarakat. Pada poin penting inilah, keberadaan *citizen reporter* atau pewarta warga menjadi amat fundamental. Setiap orang difungsikan dan memfungsikan diri sebagai pemberi informasi yang sekaligus juga pengguna informasi itu sendiri. Warga masyarakat tidak lagi bertindak sebagai konsumen informasi belaka, tetapi juga sebagai penyedia informasi.

Menjadi pewarta warga bukan berarti tidak terikat pada ketentuan apapun dan menjadi bebas sebebas-bebasnya. Arifin (2003) mengemukan bahwa pewarta warga memikul beban tanggung jawab terhadap semua informasi yang dimiliki dan dibagikannya melalui tulisan di media massa. Dalam tanggung jawab tersebut terkandung tugas-tugas untuk menghasilkan tulisan yang benar, jujur, informatif, serta bermanfaat bagi orang banyak. Para pewarta menurut Arifin

(2013) patut mengetahui prinsip ini yaitu "suatu tulisan disebut berita jika ia memenuhi syarat kebermanfaatan bagi masyarakat".

Sebagai *citizen reporter* tambah Arifin (2013), justru akan menjadi wadah strategis bagi setiap orang untuk menjadi pewarta warga yang jujur, berdedikasi, memiliki jiwa sosial yang tinggi, serta melatih diri untuk bertanggung jawab. Seluruh tulisan atau berita yang disampaikan kepada publik, tanggung jawab sepenuhnya berada pada si penulis pribadi. Karena redaksi setiap media pewarta warga manapun tidak bertanggung jawab terhadap konsekuensi dari sebuah hasil karya para pewarta warga. Kekuatan pewarta warga juga terletak pada otentitas. Inilah modal besar pewarta warga yang bisa menjadi kekuatan tiada tertandingi.

Selama ini, papar Arifin (2013) jurnalistik *mainstream* umumnya mengejar aktualitas, sensasi, mendikte, instan, kurang memberi konteks dan berita yang hampir seragam. Dalam teori pewarta warga lanjut Arifin (2013), ada yang disebut *extending the news from mainstream media*. Menurut argumen Dan Gillmor, hal ini disebut sebagai *journalism as a conversation*, bukan lagi *journalism as lectures*. Jika dicermati, media *mainstream* pada umumnya mendikte masyarakat dengan berita yang hampir sama, sehingga seakan tidak ada ruang hak berdialog bagi warga dengan wacana yang diberitakan media. Ketidakpuasan inilah yang melahirkan pewarta warga.

Elemen terpenting dari pewarta warga adalah kejujuran. Turunan dari elemen pertama inilah yang akan membuat setiap redaksi pewarta warga memegang teguh prinsip *fact and check*, konfirmasi, *cover both sides*, dan seterusnya. Arifin (2013) meyakini bahwa pewarta warga adalah basis media massa masa depan yang amat prospektif. Dengan swakelola dan ditunjang kode etik sendiri, media ini akan semakin berkembang. Kode etik tersebut dibuat dan disepakati bersama untuk menciptakan keteraturan, produktivitas kerja (kinerja), tak bertentangan dengan norma hukum, agama dan etika, sehingga mampu menghasilkan karya kreatif yang monumental.

Akhirnya menurut Arifin (2013) jika masyarakat mampu dan memiliki bekal jurnalistik yang bagus maka upaya untuk menumbuhkan media warga tidak lagi menjadi pekerjaan yang sulit. Media warga dapat dikembangkan sebagai bagian dari benteng pertahanan

budaya dan masyarakat lokal. Masyarakat khususnya warga pedesaan harus didorong untuk menjadi pelopor dan mampu menjadi pendobrak kebuntuhan ide ide baru pembangunan masyarakat lokal. Ke depan mereka terus didorong untuk menjadi kekuatan organik yang mampu mengintegrasikan berbagi pengetahuan untuk melakukan perubahan dalam komunitasnya dengan memperluas kesadaran kritis yang mereka miliki (Maryani, 2011). Melalui media mereka akan menjadi subyek media. Mereka mampu melakukan negoisasi antara nilai nilai budaya dan kebijakan yang dibuat.

Menuju Demokrasi Komunikasi di Tingkat Lokal

Komunikasi demokratis diperlukan untuk pengembangan masyarakat pedesaan. Masyarakat akan belajar menjadi komunikatif, mengembangkan sikap terbuka, berada pada posisi setara, egaliter, dan saling respek. Hal ini positif untuk menciptakan tatanan masyarakat demokratis dan mengeleminasi dominasi antara satu kelompok dan lain serta dapat mengontrol kekuasaan. Intensitas komunikasi interaktif kolektif itu menjadi awal pembentukan ruang publik yang sehat.

Masyarakat desa yang paternalistik dan hierarkis menjadi salah satu kendala dalam mendorong demokratisasi komunikasi. Untuk itu, perlu usaha untuk membuka informasi melalui media sebagai pintu awal untuk menciptakan ruang publik terbuka sehingga mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran warga tentang hak hak komunikasi. Masyarakat desa harus didorong untuk memiliki media tempat mendiskusikan berbagai permasalahan mereka agar masyarakat semakin melek terhadap informasi dan menjadikan informasi menjadi salah satu basis pengembangan diri. Bagaimanapun informasi adalah bagian dari ilmu pengetahuan dan itu merupakan aset berharga bagi masyarakat modern. Jika informasi dapat dikuasai, maka akan menjadi modal sosial dan ekonomi masyarakat. Apalagi penyebaran informasi dapat berjalan cepat, adil dan merata, maka akan dapat membentuk masyarakat yang cerdas, mandiri, dalam meraih modal sosial ekonomi.

Seiring dengan itu, era dimana konsumen media semakin dihargai dengan posisi yang lebih setara, akan muncul. Media massa kemudian membuka ruang interaktif dengan memberi peluang kepada publik

untuk turut berbagi informasi yang dimiliki. Saat ini tidak saja media massa cetak, tetapi juga media massa elektronik dituntut untuk membuka ruang kepada konsumen media guna menyampaikan pandangan, gagasan dan juga laporannya mengenai kejadian menarik di sekitarnya.

Dalam beberapa kali liputan, justru liputan hasil laporan masyarakat sangat membantu untuk peristiwa yang datangnya tiba-tiba seperti liputan bencana alam dan peristiwa kecelakaan dan kejadian *on the spot* yang lain. Masyarakat kemudian menjadi pelapor dan pewarta untuk membagi informasi yang terjadi di sekelilingnya. Perkembangan tidak berhenti di situ, jika selama ini informasi yang diberikan media tidak lengkap dan kurang akurat, saat ini melalui partisipasi masyarakat, informasi yang terbagi kendati awalnya tidak lengkap dan akurat akhirnya bisa menjadi berita terpercaya karena mendapat koreksi dan masukan publik bersama-sama. Era kendali publik saat ini membuat media tidak lagi leluasa menjadi medium propaganda. Media kembali kepada fungsinya sebagai ruang penjaga kedaulautan publik.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, media juga terus mengalami metamorfosis. Perkembangan media interaktif semakin mendorong munculnya media warga yang berbasis pada partisipasi publik. Semakin maju dan berkembangnya teknologi komunikasi, media elektronik dan medium berbasis internet juga semakin memudahkan ketersediaan media bagi warga. Masyarakat bisa melaporkan, membagi informasi yang ada disekitar mereka dan sekaligus bisa memanfaatkan media sebagai wahana komunikasi bersama.Hal inilah yang menjadi cikal bakal berkembangnya jurnalisme warga. Jika publik telah memiliki kesadaran dan keswadayaan dalam bidang informasi, maka masyarakat akan semakin literate dan mampu untuk merespon berbagai perkembangan lingkungan baik pengetahuan maupun teknologi dengan baik. Hal itu akan menjadi kekuatan dalam menjalankan demokrasi di tingkat lokal.

Referensi

Arifin, Zainal MK. (2013). *Jurnalisme Warga*, makalah pelatihan bagi mitra lokal USAID di Jawa Timur

Ariadi, Septi. (2010). *Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan di Jawa Timur,* Jurnal Masyarakat dan Kebudayaan FISIB Universitas Airlangga Volume 14, Nomor 4, hal 3-24, Surabaya

Gazali, Effendi dkk. (2003). *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran*, Departemen Ilmu Komunikasi UI & IFES, Jakarta

Maryani, Eni. (2011). *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Masduki. (2007). *Regulasi Penyiaran: Dari Otoriter ke Liberal*. Yogyakarta: LKiS

Nugroho, Yanuar, Sofie Shinta. (2012). *Melampaui Aktivisme Click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer.* Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung

Rennie, Ellie. (2006). Community Media: A Global Introduction (Critical Media Studies: Institutions, Politics, and Culture) New York:Rowman & Littlefield Publishers

Silih Agung Wasesa. (2013). *Gossip, Issue, Word of Mouth, Radically Rethinking Political Branding in 2014,* Makalah Diskusi Digital Campaign UGM, Juni 2013

Siregar, Ashadi. (2011). *Jurnalisme Publicsphere dan Etika*. Yogyakarta: LP3Y

Surokim, Tatag Handaka. (2011). Meminimalisasi Konflik Antar etnis di Kepualauan Timur Madura Melalui Radio Komunitas, Jurnal Masyarakat dan Kebudayaan FISIB Universitas Airlangga Volume 24, Nomor 1, hal 35-44, Surabaya

Surokim. (2015). *Madura Masyarakat, Budaya, Media, dan Politik*. Yogyakarta: Elmatera

Surokim. (2016). MEDIA LOKAL: *Kontestasi, Trend, Dinamika, dan Suara Media Arus Bawah Madura*. Yogyakarta: Elmatera

Tankard & Severin, W. (2001). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Penerbit Kencana.

Tripambudi, Sigit. (2011). *Radio Komunitas Sebagai Media Alternatif untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Vol. 9 No. 3, hal 323-343, Yogyakarta.

Verhagen, Koenraad. (1996). *Pengembangan Keswadayaan*, Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara Puspa Swara, Jakarta.

PERAN PENERJENAH TERHADAP GLOBALISASI BUDAYA MADURA

Oleh:
Masduki

Peran penerjemah di dalam membawa budaya Madura ke tingkat global adalah dengan memaksimalkan peran penerjemah yang tidak hanya menerjemahkan antar individu, namun juga antar budaya, menggunakan berbagai strategi menerjemahkan dokumen budaya Madura, dan menempatkan penerjemah sebagai seorang agent of mediation. Dengan peran yang vital tersebut diharapkan mampu meningkatkan posisi Madura di tingkat global melalui promosi budaya Madura (Mdk.).

***

Penerjemah adalah orang yang memiliki kemampuan untuk mengalihkan pesan tertulis dari bahasa sumber ke bahasa sasaran. Seorang penerjemah di dalam menerjemahkan melibatkan dua bahasa yang memungkinkan akan terjadi suatu alih kode. Namun, menerjemahkan tidak hanya sekadar alih kode tetapi juga sebuah profesi yang memerlukan pendidikan dan pelatihan pada tingkat lanjutan. Seorang penerjemah secara umum menerjemahkan suatu teks dengan tulisan yang indah dengan memperhatikan bahasa, bentuk, dan isi teks (Newmark: 1988:1). Penerjemah berperan aktif dalam kegiatan kreatif penulis dan kemudian menciptakan struktur kalimat dan tanda dengan cara menyesuaikan teks dalam bahasa sasaran dengan teks dalam bahasa sumber sedekat mungkin. Penerjemah perlu memikirkan dengan mendalam mengenai kualitas

teks yang diterjemahkan dan keberterimaannya dengan pembaca sasaran.

Di dalam upaya globalisasi budaya lokal, seorang penerjemah di dalam menerjemahkan dihadapkan pada dua budaya yang berbeda, yaitu budaya yang ada pada teks sumber dan budaya di dalam teks sasaran. Kedua budaya tersebut berbeda satu dengan yang lainnya. Budaya yang satu memandang suatu bentuk budaya memiliki makna yang dalam, namun budaya yang lain tidak demikian dan sebaliknya. Ada perbedaan makna yang cukup menyolok atau bertentangan jika budaya ini diterjemahkan. Seorang penerjemah selain dituntut menguasai bahasa sumber dan bahasa sasaran, juga dituntut mengetahui budaya yang terkadung dalam teks bahasa sumber.

Pulau Madura mempunyai potensi wisata yang memadai dan layak untuk dijadikan sebagai destinasi wisata baik nasional maupun internasional, namun infromasi dalam multibahasa yang dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan belum tersedia dengan memadai. Di dalam penyebaran informasi wisata Pulau Madura ini, maka diperlukan jasa penerjemahan baik untuk penerjemahan pada teks tulis tapi juga lisan, misalnya diperlukan penerjemah lisan yang siap menjadi *guide* untuk memandu wisatawan yang berkunjung ke pulau Madura.

Keberadaan penerjemah dapat mendorong dan membantu pemerintah dalam memasarkan paket wisata yang menarik yang ada di pulau Madura baik di dalam maupun di luar negeri melalui media informasi maupun agen perjalanan yang ada. Kenyataan bahwa pemesanan tempat wisata melalui website meningkat dengan pesat apabila pelancong wisata memahami bahasa yang mereka pakai. Oleh karena itu, sangat perlu menerjemahkan berbagi macam brosur dan informasi perjalanan.

Dengan tersedianya jasa penerjemahan bagi para wisatawan, memungkinkan mereka untuk tidak ragu dalam melakukan perjalanan pariwisata. Penguatan peran penerjemah pada suatu wilayah akan memberikan sumbangan yang penting untuk membantu menyelesaikan permasalahan pertukaran informasi dalam multibahasa yang dapat berujung pada pembangunan daerah Madura sebagai tujuan wisata nasional dan internasional.

Siapa Itu Penerjemah?

Peranan penerjemah sangatlah unik karena penerjemah hanya memiliki ketertarikan dalam menerjemahkan teks sumber saja. Penerjemah akan secara kritis membaca teks sebagai penerima teks sumber. Berdasarkan pada tingkat kemampuan penerjemah di dalam bahasa sumber dan budaya sumber dan juga bahasa sasaran, penerjemah harus mampu melihat reaksi yang mungkin muncul dari penerima teks sumber dan mengantisipasi reaksi yang mungkin muncul dari penerima teks sasaran serta menguji kecukupan fungsional dari terjemahan yang dihasilkan (Nord, 1991:11). Meskipun penerjemah bukanlah pengirim teks sumber, penerjemah menghasilkan suatu teks komunikatif di dalam budaya sasaran yang mengungkapkan maksud-maksud pada teks sumber.

Seorang penerjemah di dalam menekuni pekerjaannya dapat digolongkan ke dalam berbagai jenis penerjemah antara lain berdasarkan keahlian, cara pandang, status profesi, dan sifat pekerjaan sehari-hari penerjemah. Penerjemah berdasarkan keahliannya digolongkan dalam lima tipe penerjemah (Nababan, 2004: 31), yaitu penerjemah pemula, penerjemah lanjutan, penerjemah kompeten, penerjemah mahir, dan penerjemah ahli. Penerjemah, dilihat dari sudut pandang cara mereka memahami dan menghasilkan teks, dapat dibagi menjadi *associate translator*, *subordinated translator*, *compound translator* dan *coordinated translator*. Keempat jenis penerjemah tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) *Associate translator* adalah penerjemah yang semata-mata menerjemahkan hanya dengan menghubungkan unsur-unsur leksikal dari bahasa sumber ke unsur-unsur leksikal bahasa sasaran. Karena proses ini didasarkan sepenuhnya pada unsur-unsur kebahasaan dan tidak menghubungkannya dengan proses mental, maka jenis penerjemahan ini tidak merepresentasikan keseluruhan proses penerjemahan, (2) *Subordinated translator* yaitu penerjemah yang menerjemahkan dengan menghubungkan proses mental hanya dengan salah satu dari dua bahasa, proses yang dilibatkan di sini adalah menghubungkan unsur-unsur leksikal salah satu bahasa ke unsur-unsur leksikal bahasa yang lain dan kemudian menghubungkannya dengan proses mental, (3) *Compound translator* yaitu penerjemah yang menghubungkan unsur-unsur leksikal salah satu bahasa dengan repertoir tunggal proses mental dan darinya hubungan

dengan unsur-unsur leksikal dengan bahasa lain dapat ditemukan, dan (4) *Coordinated translator* yaitu penerjemah yang menghubungkan unsur-unsur leksikal salah satu bahasa dengan repertoir proses mental yang dimiliki sendiri dengan proses mental khusus pada repertoir kedua yang pada akhirnya dihubungkan dengan unsur-unsur leksikal dari bahasa lain. Dengan kata lain bahwa masing-masing bahasa memiliki cara paham sendiri dan menghasilkan informasi sendiri-sendiri.

Lebih lanjut berdasarkan pada cara pandang dan cara menghasilkan informasi ini maka penerjemah dibedakan ke dalam penerjemah pemula dan penerjemah ahli. Perbedaan antara penerjemah ahli dan pemula adalah bahwa: (1) Penerjemah ahli mempunyai keterampilan khusus kebahasaan, sementara penerjemah pemula tidak memiliki keterampilan tersebut, (2) Penerjemah ahli digolongkan ke dalam penerjemah koordinat, sementara penerjemah pemula ke dalam golongan penerjemah kompaun dan subordinat, (3) Penerjemah ahli dapat mengendalikan interferensi pada saat dia memahami dan menghasilkan informasi, sementara penerjemah pemula tidak, dan (4) Penerjemah ahli cenderung mempertimbangkan penerjemahan pada tataran teks sedangkan penerjemah pemula cenderung pada tataran kata.

Dilihat dari sudut pandang status profesinya, penerjemah digolongkan ke dalam penerjemah amatir, penerjemah semi-profesional, dan penerjemah profesional. Penerjemah amatir adalah penerjemah yang melakukan tugas penerjemahan sebagai hobi. Sebaliknya, penerjemah profesional adalah penerjemah yang menghasilkan terjemahan secara profesional dan menjadikan kegiatan terjemahan sebagai suatu profesi. Penerjemah semi-profesional adalah penerjemah yang melakukan tugas penerjemahan untuk memperoleh kesenangan diri atau hobi dan dampaknya akan mendapatkan imbalan dari hobinya tersebut.

Berdasarkan sifat kerja sehari-hari mereka, penerjemah digolongkan menjadi penerjemah paruh waktu dan penerjemah penuh waktu. Penerjemah paruh waktu biasanya melakukan tugas penerjemahan sebagai pekerjaan tambahan. Sebaliknya, penerjemah penuh melakukan tugas penerjemahan demi uang. Pembagian ini menyiratkan bahwa penerjemah paruh waktu dapat disebut penerjemah semi-

profesional sedangkan penerjemah penuh dapat disebut penerjemah profesional.

Peran Penerjemah dalam Globalisasi Budaya Madura

Meskipun Catford (1974) menggambarkan penerjemahan sebagai kegiatan satu arah (*uni-directional*), pada hakikatnya proses penerjemahan selalu dibayangi oleh daya tarik-menarik antara bahasa sumber dan bahasa sasaran. Akibat adanya dua kutub yang saling menarik tersebut, penerjemah selalu dihadapkan pada strategi penerjemahan. Newmark telah menggambarkan strategi penerjemahan yang berorientasi pada bahasa sumber (semantik) dan yang berorientasi pada bahasa sasaran (komunikatif). Sementara itu Nord (1997:72-73) menggambarkan suatu konsep strategi penerjemahan berdasarkan pada teori *skopos* yang membedakan *documentary translation* dan *instrumental translation*. Yang pertama adalah terjemahan sebagai upaya mengungkapkan kembali isi sebuah teks dalam bahasa sasaran tanpa tujuan lain bagi kelompok sasaran terjemahan kecuali hanya mengetahui apa pesan yang terkandung dalam teks sumber, sedangkan yang kedua adalah upaya mengungkapkan kembali pesan dari teks sumber dengan tujuan khusus yang berkaitan dengan kemungkinan dampaknya dalam kelompok sasaran terjemahan. Kehadiran karakteristik bahasa sumber sangat dominan, ini selaras dengan apa yang dikemukakan Newmark (1988:46) sebagai penerjemahan semantik dan Venuti (1995:17-28) sebagai *foreignizing translation.* Dalam upaya penerjemahan jenis instrumental itu, kita dapat memasukkan strategi penerjemahan komunikatif (Newmark, 1988:47) dan Venuti (1995:17-28) sebagai *domesticating translation*.

Jadi, di dalam menerjemahkan budaya Madura ke dalam tataran global tidak lagi sekadar membandingkan kata atau kalimat dalam bahasa sumber dan bahasa sasaran, tetapi terfokus pada strategi penerjemahan, yakni konsep apa yang digunakan untuk melakukan penerjemahan. Dalam setiap upaya penerjemahan selalu terlibat dua bahasa yang berbeda. Perbedaan ini berimplikasi bahwa teks asli yang kemudian sebagai akibat penerjemahan menghasilkan teks terjemahan. Teks sasaran, meskipun lahir dari penerjemahan, dapat dipandang sebagai mempunyai fungsi yang dinamis di lingkungan penerima dalam bahasa sasaran. Pandangan ini melahirkan adanya

strategi dalam penerjemahan karena penerjemahan bukan sekedar alih bahasa, tetapi pengungkapan kembali pesan yang dilakukan berdasarkan strategi tertentu berdasarkan peran teks terjemahan dalam masyarakat bahasa sasaran.

Salah satu contoh dari strategi tersebut adalah tentang penerjemahan sebutan *Mr., Mrs., Mom, Dad*, dan sebagainya yang berwarna asing (Hoed, 2004). Kata-kata itu, bagi penganut *foreignizing translation*, tidak diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dengan alasan sapaan-sapaan seperti itu 'tidak lagi asing bagi pembaca Indonesia'. Demikian pula dengan kata *sandwich, hotdog*, dsb tidak dialihkan ke dalam bahasa sasaran. Ini adalah suatu konsep penerjemahan *foreignizing* atau transferensi yang ingin menerjemahkan dengan mengalihkan nilai-nilai budaya bahasa sumber ke dalam bahasa sasaran.

Sementara itu, bagi penganut *domesticating translation*, kata-kata asing termasuk sapaan seperti *Mr., Mrs., Uncle, Aunt*, dan sebagainya seharusnya diterjemahkan ke dalam bahasa sasaran agar keseluruhan terjemahan hadir sebagai bagian dari bahasa sasaran. Begitu pula *domestication* pada saduran cerita binatang dimana tokoh-tokoh hewan asing dan lingkungan alamnya diganti dengan tokoh hewan dan alam yang ada dalam bahasa sasaran. Misalnya, rubah yang di dalam kebudayaan Eropa dikenal sebagai binatang yang licik diganti dengan kancil. Mana yang benar dari kedua kecenderungan ideologis tersebut tidaklah dapat dinyatakan secara mutlak. Keduanya mempunyai fungsi dalam kehidupan budaya suatu masyarakat.

Penerjemahan sebagai komunikasi antar budaya berangkat dari suatu pandangan bahwa bahasa dan budaya tidaklah dapat dipisahkan. Suatu kegiatan akan menjadi komunikatif bila kegiatan itu dilakukan melalui suatu tanda yang dihasilkan dengan penuh maksud oleh seorang pengirim dan diteruskan ke penerima. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Nord (1997:16) bahwa: *"Action becomes communicative "when it is carried out through signs produced intentionally by one agent, usually referred to as the 'sender', and directed toward another agent referred to as the 'addressee' or the 'receiver'"*. Ini berarti bahwa pengirim dan penerima membentuk situasi komunikasi pada waktu dan tempat tertentu yang menambahkan dimensi sejarah dan budaya terhadap proses komunikasi. Dimensi sejarah dan budaya tersebut

mempengaruhi pengetahuan dan harapan pengirim dan penerima, kebahasaan mereka, dan cara mereka mendapatkan situasi tertentu.

Penerjemahan tidak hanya antar budaya namun juga antar individu dan terdiri dari sejumlah pemain peran. Menurut Nord (1991:5-11) yang dimaksud dengan para pemain peran tersebut adalah penghasil teks sumber, pengirim teks sumber, teks sumber, penerima teks sumber, inisiator, penerjemah, teks sasaran dan penerima teks sasaran. Dalam konteks tersebut Nord membuat perbedaan antara penghasil teks sumber dan pengirim teks sumber. Penghasil teks sumber menghasilkan teks sumber dan mungkin juga sekaligus sebagai pengirim teks sumber. Hal ini bisa mengakibatkan ketidaksesuaian antara maksud pengirim dan teks yang ditulis oleh produser. Teks sumber yang dihasilkan pada umumnya dimaksudkan untuk pembaca teks sumber. Meskipun penerima teks sumber tidak memainkan peranan yang aktif di dalam komunikasi antarbudaya, penerima teks masih mempengaruhi teks sumber dalam hal karakteristik bahasa. Sebaliknya, situasi yang dihasilkan oleh teks sasaran berbeda dengan situasi yang dihasilkan teks sumber dengan pengirim teks sumber dan penerima teks sasaran yang berbeda karena perbedaan waktu dan jarak. Semua faktor tersebut harus dipikirkan oleh penerjemah.

Pentingnya melihat penerjemahan sebagai transfer antar budaya dan antar individu karena suatu kenyataan bahwa penerjemahlah orang pertama yang dianggap sebagai aktor dalam proses penerjemahan. Penerjemah tidak lagi membatasi pada penerapan prosedur penerjemahan untuk memindah teks sumber ke teks sasaran menurut prinsip kesamaan (*equivalence*) tetapi juga prinsip transfer budaya. Penerjemahan sebagai suatu transfer budaya maksudnya adalah bahwa penerjemahan tidak lagi semata-mata sebagai transfer komunikasi tetapi sebagai suatu penawaran informasi pada kegiatan komunikatif yang telah terjadi.

Menerjemahkan dokumen budaya Madura pada dasarnya adalah menggabungkan prinsip-prinsip penerjemahan sebagai komunikasi antarbudaya dan transfer budaya dan tujuan (*skopos*) menempati posisi teratas (Masduki, 2011). Namun demikian, Nord (1997: 124-128) percaya bahwa seorang penerjemah juga harus mempertimbangkan penulis teks sumber, penggagas, dan pembaca teks

sasaran. Hal ini berarti bahwa seorang penerjemah tidak mungkin menghasilkan teks sasaran yang bertentangan dengan maksud penulis teks sumber atau gagasan pembaca teks sasaran mengenai apakah suatu penerjemahan menjadi berterima di dalam budaya sasaran. Tanggung jawab penerjemah dalam mempertimbangkan hal tersebut di atas disebut dengan *loyalty* (*kesetiaan*), yaitu merujuk pada hubungan interpersonal antara partisipan di dalam proses komunikasi penerjemahan dan membatasi jangkauan fungsi teks sasaran yang dapat dijangkau untuk satu teks sumber tertentu, sedangkan *fungsi* merujuk pada faktor-faktor yang membuat teks sasaran bekerja sesuai dengan yang dimaksud didalam situasi sasaran (Nord 1997:126). Fungsional dan kesetiaan berarti bahwa penerjemah akan berusaha menghasilkan teks sasaran yang fungsional yang sesuai dengan uraian ringkas terjemahan yang dimaksudkan oleh penggagas dan akan diterima oleh pembaca teks sasaran karena memasukkan pertimbangan-pertimbangan budaya tertentu.

Aktifitas penerjemah di dalam menerjemahkan dokumen budaya Madura adalah menerjemahkan dokumen budaya Madura dengan mewujudkan dalam beberapa jenis makna (Masduki, 2011) dan beberapa paramater gaya. Menurut Masduki, penerjemahan dokumen budaya Madura direalisasikan dalam beberapa jenis makna. Jenis-jenis makna tersebut adalah makna leksikal, makna sosiokultural, makna kontekstual, makna situasional, dan makna implisit. Sementara itu, parameter gaya adalah penggunaan berbagai pilihan kata di dalam teks sasaran, penggunaan ekspresi idiomatik dalam bahasa sasaran yang sama dengan ekspresi idiomatik yang digunakan di dalam bahasa sumber, penggunaan gaya bahasa yang sama di dalam bahasa sasaran untuk menggantikan gaya bahasa di dalam bahasa sumber, penggunaan kata-kata yang sesuai, struktur kata dan berbagai ekspresi yang ada di dalam sesuai dengan jenis teksnya, dan penggunaan tanda baca di dalam bahasa sasaran yang dapat diubah setelah membandingkannya dengan tanda baca di dalam bahasa sumber**.** Penerjemahan dokumen budaya Madura direalisasikan dalam beberapa jenis gaya.

Peran penerjemah di dalam menerjemahkan dokumen budaya Madura salah satu berkaitan erat dengan makna sosial dan budaya dokumen setempat (Masduki, 2016). Makna ini merupakan makna

suatu bahasa yang sangat berkaitan erat dengan sosiokultural di mana bahasa itu digunakan sebagai alat komunikasi oleh masyarakat. Kelompok masyarakat yang satu dengan lainnya sebagai pengguna bahasa tentu saja mempunyai istilah-istilah budaya yang bersifat unik yang kadang-kadang tidak dapat ditemukan padanannya dalam bahasa yang lain. Makna sosiokultural seringkali dipengaruhi oleh pola hidup masyarakat sebagai pengguna bahasa itu. Makna ini, selain sering ditemukan dalam bentuk kata-kata istilah budaya dan sering juga ditemukan dalam ungkapan-ungkapan idiomatik yang tidak dapat dijelaskan maknanya dari kata-kata yang membentuk ungkapan itu.

Contoh aktifitas penerjemah di dalam menerjemahkan dokumen budaya Madura berkaitan dengan makna sosiokultural adalah sebagai berikut:

Bahasa sumber: *mara' cacèng ngalodu komèrè*

Bahasa sasaran: *trying to build castle in the air*

(sumber: Masduki, 2017)

Makna dari ungkapan d tersebut di dalam bahasa sumber dinyatakan dengan kalimat *mara' cacèng ngalodu komèrè*. Kalimat tersebut dipadankan ke dalam bahasa Inggris sebagai bahasa internasional dengan kalimat *trying to build castle in the air*. Bahasa sumber *mara' cacèng ngalodu komèrè* mengandung makna secara implisit bahwa seseorang mengharapkan sesuatu yang tidak mungkin terlaksana. Jadi, makna *mara' cacèng ngalodu komèrè* bukanlah secara harfiah menunjukkan satu persatu makna yang dia miliki, namun lebih pada makna pengungkapan keinginan atau maksud yang ingin disampaikan seseorang bahwa keinginan tersebut akan sulit tercapai.

Contoh lain adalah sebagai berikut:

Bahasa sumber: *Ollé ni'bini' akantah ollé emas saghunong*

Bahasa sasaran: *Getting a girl is like getting a mount of gold*

(sumber: Masduki, 2017)

Makna harfiah dari kalimat *Ollé ni' bini' akantah ollé emas saghunong* adalah *mendapatkan seorang gadis itu laksana mendapatkan emas segunung*. Namun demikian, kalimat di dalam bahasa sumber di atas mengandung makna implisit yang tersirat di dalam teks. Di

dalam konteks bahasa sumber di atas bahwa makna *Ollé ni'bini' akantah ollé emas saghunong* yang dimaksud adalah seorang laki-laki yang mendapatkan jodoh atau mendapatkan seorang perempuan untuk dinikahi, maka hal itu sangatlah membanggakan dan merupakan anugrah yang luar biasa, apalagi mendapatkan jodoh yang sesuai idamannya. Kesuksesan tersebut bagaikan kesuksesan di dalam mendapatkan emas segunung.

Lebih lanjut, Masduki (2017) menyatakan bahwa di dalam menerjemahkan dokumen budaya Madura, penerjemah pada dasarnya menggunakan tiga langkah penerjemahan, yaitu: persiapan, menerjemahkan, dan mengedit hasil terjemahan. Persiapan-persiapan yang dilakukan adalah membaca teks secara keseluruhan sebelum diterjemahkan. Hal ini dilakukan penerjemah untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai isi dokumen dan gaya bercerita yang ada di dalam dokumen tersebut. Persiapan lain yang dilakukan adalah mempersiapkan kamus yang cukup layak. Persiapan ini berkaitan dengan kesiapan di dalam mencuplik kata atau kalimat. Misalnya, beberapa kata khusus di dalam dokumen budaya Madura dan kata-kata tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dan tidak boleh ada makna dalam kata-kata tersebut yang tidak diterjemahkan.

Langkah selanjutnya di dalam menerjemahkan dokumen budaya Madura adalah berusaha menerjemahkan dengan setepat-tepatnya. Menerjemahkan dengan setepat-tepatnya ini bukan berarti menerjemahkan kata per kata atau menerjemahkan secara harfiah, namun lebih pada penyediaan pilihan-pilihan kata sebanyak mungkin (*offer of information*) yang telah dikembangkan dari indeks kata-kata dalam menerjemahkan dokumen budaya yang kemudian diselaraskan dengan situasi pembaca. Di dalam memberikan pilihan kata tersebut, hal yang hampir bersamaan dilakukan adalah mempertimbangkan jenis kata yang sesuai dengan keadaan, selera, dan tujuan pembaca. Menerjemahkan yang berdasarkan fungsinya inilah yang menurut penerjemah akan menjadi terjemahan yang baik, yaitu terjemahan yang setepat-tepatnya sesuai dengan selera pembaca bahasa sasaran di dalam menerjemahkan dokumen budaya. Selanjutnya adalah memutuskan apakah menggunakan peminjaman kata, penaturalisasian kata, mencari padanan di dalam bahasa sasaran, ataukah

menciptakan kata-kata terjemahan baru yang memang tidak ada sebelumnya. Di dalam memutuskan penggunaan kata-kata ini tidak jarang penerjemah harus berkonsultasi dengan para penerjemah lain, dosen bahasa Inggris, dan terkadang dengan dosen-dosen lain yang menguasai bidang atau kata-kata teknis khusus yang ada di dalam dokumen budaya Madura. Langkah terakhir di dalam menerjemahkan dokumen budaya Madura adalah merevisi terjemahan. Penekanan revisi biasanya adalah pada kualitas kebahasaan teks terjemahan dan kealamian terjemahan yang dihasilkan.

Lebih lanjut, menurut Masduki (2017), menerjemahkan dokumen budaya membutuhkan waktu dan pemikiran tersendiri. Dalam arti bahwa penerjemah harus memikirkan dalam-dalam dan matang-matang pilihan padanan yang diberikan, hal ini karena hal-hal yang khas ini memiliki karakter tersendiri di dalam dokumen budaya. Hal-hal yang khas tersebut meliputi penerjemahan istilah-istilah yang khusus di dalam bahasa Madura yang tidak dijumpai atau tidak ada padanannya di dalam bahasa Inggris. Di dalam mempertimbangkan secara matang padanan yang diberikan, yang sangat diperlukan adalah kemampuan untuk mengungkapkan konteks yang melingkupi kata atau frase yang akan diterjemahkan. Pada saat menemukan kata-kata yang sulit biasanya yang paling sering dilakukan penerjemah adalah membuat catatan kaki atau menetralisir atau menaturalisasi kata tersebut. Catatan kaki sifatnya adalah sebagai suatu komentar atau catatan-catatan kecil yang diperlukan untuk memberikan tambahan informasi. Menetralisir atau menaturalisasi kata atau frase sering dilakukan penerjemah terutama bila berhubungan dengan budaya di dalam bahasa sumber. Misalnya, frasa *mojhur are* di dalam bahasa sumber dinaturalisasikan menjadi *the lucky day*.

Referensi

Catford, J.C. (1974). *A Linguistic Theory on Translation*. London: Oxford University Press.

Hatim Mason. (2001). *Teaching and Researching Translation*. England: Pearson Educat

Hoed, Benny H. (2004). *Ideologi dalam Penerjemahan. Jurnal Linguistik Bahasa*. Vol. 2, No. 1, 2004. PPS UNS.

Machali Rochayah. (2000). *Pedoman bagi Penerjemah*. Jakarta: Grasindo.

Masduki. (2011). *Jenis dan Makna Terjemahan (Ditinjau dari Segi Kelebihan dan Kelemahannya)*. *Jurnal Prosodi*. Vol. 5, No. 2, Juli 2011, 51-109.

Masduki. (2011). *Konsep Skopos dan Aspek Fungsionalnya dalam Penerjemahan*. *Jurnal Bahasa dan Seni*. Tahun 39. No. 2, Agustus 2011, 166-174.

Masduki. (2016). *The Translation of Madurese Cultural Expressions into English*. *Jurnal Bahasa dan Seni*. Tahun 44. No. 2, Agustus 2016, 162-174.

Nababan. M.R. dkk. (2004). *Keterkaitan antara Latar Belakang Penerjemah dengan Proses Penerjemahan dan Kualitas Terjemahan (Studi Kasus Penerjemah Profesional di Surakarta).* Laporan Penelitian tidak Diterbitkan. Surakarta. PPS UNS. Newmark, Peter. 1988. A Textbook of Translation. UK: Prentice Hall International.

Newmark, Peter. (1988). *A Textbook of Translation*. UK: Prentice Hall International.

Nord, Christiane. (1991). *Text Analysis in Translation. Theory, Methodology, and Dicdactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Amsterdam: Rodopi B.V.

Nord, Christiane. (1997). *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.

Venuti, L. 1995. (*The Translator's Invisibility)*. A History of Translation. London: Routledge.

PENDIDIKAN CAP SARUNG SEBAGAI CITRA PENDIDIKAN DI MADURA

Oleh:
Fachrur Rozi

Pendidikan pesantren juga tidak pernah terjebak atau latah atas perubahan kurikulum yang sering berubah-ubah. Konsistensi inilah yang membuat pesantren menjadi salah satu metode pendidikan yang baik terhadap murid yang senantiasa fokus pada pendidikan yang berorientasi pada keperibadian. Artinya santri/siswa tidak hanya dituntut untuk menjadi siswa/santri yang berprestasi melainkan juga mereka harus memiliki budi pekerti yang baik bagi sesama. Berbeda sekali dengan pendidikan formal lainnya dimana mereka hanya menekankan pada pendidikan formal yang bersifat kuantitatif semata. Bahkan tidak ada istilah sertifikasi untuk para kiai, karena gelar kyai, ulama, ataupun ustadz/ustadzah merupakan rekognisi yang diberikan oleh masyarakat. Penyematan tersebut karena kebermanfaatan mereka untuk umat. Bukan karena kepemilikan ijazah tertentu (F.R).

***

Dinamika pendidikan di Indonesia menjadi salah satu topik yang selalu hangat untuk kita perbincangkan, karena persoalan ini merupakan persoalan yang fundamental terutama untuk kemajuan bangsa. Selama ini, kiblat pendidikan kita selalu berubah-ubah. Beda menteri beda kebijakan, sehingga akan sangat berdampak pada situasi dan kondisi siswa sendiri. Padahal perubahan konsep

kurikulum juga belum mampu memberikan perubahan yang signifikan pada *output* dan *outcome* pembelajaran siswa. Anehnya lagi, perubahan kurikulum tidak begitu berdampak pada metode pembelajaran guru pada siswa. Meski secara pelaporan, setiap sekolah telah melaksanakan sistem kurukulum yang baru, namun pada kenyataannya tidak sedikit guru yang masih menggunakan metode yang menurutnya mudah dilakukan.

Rasanya sangat tidak baik jika sistem pendidikan di Indonesia hanya menjadi objek percobaan (eksperimen) dari pemerintah saat ingin mencoba mengadopsi sistem pendidikan yang berlaku dinegara asing. Padahal secara realita, sistem pendidikan yang dinilai berhasil di luar negeri belum tentu dapat berhasil juga di Indonesia. Artinya kita bisa menganggap negara kita adalah negara yang latah, mudah meniru, dan tidak punya pendirian yang kuat. Seharusnya pemerintah memilki konsep kreatif terhadap dunia pendidikan sendiri. Pemerintah harusnya bisa mengerti, mampu memahami konsep pendidikan bagaimana yang sesuai kultur di Indonesia sendiri. Hal ini tidak bisa terus-menerus menjadi media percobaan dari sistem pendidikan yang ada. Indonesia telah 72 tahun merdeka namun masih belum bisa dikatakan baik dari segi pendidikan, kita masih kalah bersaing dengan negara tetangga seperti malaysia.

Perjalanan pasca kemerdekaan seharusnya menjadi durasi waktu yang cukup panjang untuk membuat Indonesia stabil dalam dunia pendidikan, sehingga bisa bersaing dengan dunia luar. Namun pada kenyataannya, Indonesia masih menjadi negeri yang tingkat pendidikannya rendah. Penulis sedikit menelusuri sedikit tentang konsep pendidikan yang selama ini dinilai sebagai konsep pendidikan kampungan, udik, dan konvensional, yaitu pendidikan 'cap sarung' atau yang sering kita kenal sebagai sistem pendidikan pesantren. Kenapa penulis mengatakan pendidikan ini di nilai sebagai pendidikan yang konvensional, udik, kampungan dan lainnya, karena sebagai contoh sederhana, masih banyak orang tua yang merasa gengsi anaknya masuk di dunia pesantren. Mereka masih menganggap pendidikan umum lebih menjamin putra/putrinya bisa membawa karir mereka baik di masa yang akan datang. Namun tidak sedikit produk dari pendidikan umum yang gagal, korupsi, dan *drop out*. Hal ini disebabkan pendidikan umum hanya mendidik anak menjadi pribadi yang

pragmatis. Segala sesuatu berdasarkan pada logika berfikir mereka, *take and give*. Sementara pendidikan pesantren tidak hanya diajarkan pelajaran formal saja melainkan juga diajarkan etika,tenggang rasa, dan kepribadian.

Keragaman tipikal lulusan pesantren membuktikan bahwa pesantren sesungguhnya sudah memberikan kontribusi pada penciptaan sumber daya manusia yang berkualitas. Pilihan profesi, pilihan politik, dan pilihan sudut pandang tafsir keagamaan dari lulusan pesantren menjadi warna tersendiri bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Kita tentu merindukan almarhum Gus Dur dan Cak Nur, dua tokoh bangsa yang senantiasa berjuang untuk perdamaian, kesetaraan, dan demokrasi. Kita juga melihat kebesaran hati Gus Mus, yang meskipun dicaci oleh mereka yang membencinya, tetap memperlihatkan sifat *welas asih* dan pemaaf. Gus Mus telah memberikan teladan bagaimana implementasi akhlaqul karimah yang dicontohkan Rasullah SAW.

Jika saat ini isu mengenai pentingnya pendidikan karakter kembali didengungkan. Sesungguhnya, proses pendidikan pesantren justru sejak awal telah memberikan ruang besar bagi penguatan karakter para santrinya. Pesantren memang memiliki fokus agar santri-santrinya menjadi *uswatun hasanah*, teladan kebaikan, yang mampu memberikan kebermanfaatan bagi umat. Para santri mendapatkan tempat setiap waktu ketika mengenyam pendidikan pesantren. Satu hari penuh para santri berada dalam situasi belajar. Maka sesungguhnya, tak perlu lagi ada kebijakan *full day school*. Pemerintah hanya perlu mengoptimalkan pesantren-pesantren yang ada di berbagai penjuru tanah air.

Proses pendidikan di pesantren memang menyiapkan para santri agar mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat di sekitarnya. Dalam konteks ini, kyai dan para ustadz/ustadzah di pesantren memegang peran penting dalam konstruksi karakter para santri. Mereka menjadi *role model* bagi para santri yang diasuhnya.

Keberhasilan pesantren membentuk karakter santri sangat bergantung pada keteladanan para alim di pesantren. Keteladanan tersebut tak hanya diberikan melalui ceramah-ceramah semata, namun juga melalui tindakan nyata. Kelebihan pesantren mendidik santri terletak

pada pembiasaan dan praktik keseharian. Sehingga, kepatuhan santri terhadap aturan tak sekedar karena takut dihukum. Rasa malu jika tak patuh dan disiplin terbentuk karena adanya keteladanan dari para kyai ataupun ustadz/ustadzah.

Di sisi lain, pesantren juga memberikan pembelajaran kontekstual kepada para santrinya. Materi-materi yang diberikan adalah hal-hal yang relevan yang akan para santri gunakan di masa depan. Misal saja, banyak pesantren memberikan penguatan pelajaran bahasa asing kepada santri karena menyadari bahwa penguasaan bahasa yang mumpuni merupakan keniscayaan di era global.

Keberhasilan mengelola diri sendiri merupakan salah satu kunci penting keberhasilan mereka di masa mendatang. Akan tetapi, meskipun pesantren memberikan segala ruang dan mekanisme pengaderan yang luar biasa, jika santri tak mampu mengoptimalkan hal-hal tersebut, tidak akan memiliki pengaruh kepada diri mereka. Keinginan kuat dari diri sendiri tetap menjadi aspek yang paling penting.

Sebagai bukti bahwa pendidikan pesantren patut diperhitungkan, sebab rekam jejak pesatren dalam mendidik dan mengajarkan ke masyarakat telah teruji nyata. Banyak jebolan pesantren menjadi cendekiawan, jadi pejabat, dan karir strategis di negeri ini. Artinya Indonesia harusnya bersyukur memiliki lembaga pendidikan seperti pendidikan pesantren. Berbicara tentang sistem pesantren tak hanya berkutat pada kurikulum yang berbasis keagamaan (*religion-based-curriculum*) tetapi juga kurikulum yang berbasis pada persoalan masyarakat (*community-based curriculum*) (Suyata dalam Zuhri, 2016).

Hal tersebut memang menjadi salah satu kekhasan pesantren. Pendidikan yang diberikan di pesantren tak menjauhkan santri dari realitas keseharian. Jika merujuk pada konteks pembelajaran modern, apa yang dilakukan pesantren adalah bagian dari pembelajaran kontekstual (*contextual teaching and learning*). Pada kenyataannya, pesantren saat ini tidak melulu mengajarkan pendidikan keagamaan, berbagai kurikulum saat ini juga diajarkan guna menghadapi tantangan zaman yang terus berkembang.

Selain itu, pendidikan pesantren juga tidak pernah terjebak atau latah atas perubahan kurikulum yang sering berubah-ubah. Konsistensi inilah yang membuat pesantren mejadi salah satu metode

pendidikan yang baik terhadap murid yang senantiasa fokus pada pendidikan yang berorientasi pada keperibadian. Artinya santri/siswa tidak hanya dituntut untuk menjadi siswa/santri yang berprestasi melainkan juga mereka harus memiliki budi perkerti yang baik bagi sesama. Berbeda sekali dengan pendidikan formal lainnya dimana mereka hanya menekankan pada pendidikan formal yang bersifat kuantitatif semata. Bahkan tidak ada istilah sertifikasi untuk para kiai, karena gelar kyai, ulama, ataupun ustadz/ustadzah merupakan rekognisi yang diberikan oleh masyarakat. Penyematan tersebut karena kebermanfaatan mereka untuk umat. Bukan karena kepemilikan ijazah tertentu.

Pendidikan pesantren belakangan menjadi salah satu pendidikan yang terus meningkat jumlah peminatnya. Terbukti dari 5 pondok pesantren yang ada di Madura seperti pondok pesantren Al Amien Prenduan Sumenep, Ponpes Annuqyah Guluk-Guluk Sumenep, Ponpes Batubata Pamekasan, Ponpes Banyanyar Pamekasan, dan Ponpes Syaichona Cholil Bangkalan tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Artinya dunia pendidikan cap sarung ini terus diminati di tengah kemajuan zaman yang begitu dahsyat.

Oleh karena itu, dunia pendidikan pesantren ini tidak bisa kita pandang sebelah mata. Penulis di sini melihat Madura sangat berpotensi jika suatu saat pendidikan di Madura semuanya berbasis pesantren. Jadi *output* dan *outcome*-nya tidak hanya menekankan pada pendidikan formal saja melainkan pendidikan budi pekerti juga menjadi poin utama sebagai ruh pendidikan di Madura. Inilah salah satu cara yang bisa merubah stigma negatif terhadap orang Madura.

Madura yang notabene adalah mayoritas muslim, hampir setiap kecamatan di Madura terdapat pondok pesantren. Di sini penulis ingin membuktikan bahwa orang Madura yang selama ini dikenal sebagai pribadi yang keras, kasar, hanyalah sebagian kecil dari karakter orang Madura. Ini tentunya ini tidak bisa menjadi representasi orang Madura yang kemudian menjadikan Madura layak dikatakan sebagai orang yang tidak memiliki etika sopan santun.

Pulau Madura terletak di sebelah utara pulau Jawa yang berdekatan dengan kota Gresik dan Surabaya. Masyarakat di Madura terbagi menjadi dua sisi Madura barat (Bangkalan dan Sampang)

dan Madura timur (Sumenep dan Pamekasan). Kultur mereka secara umum sama, namun kebiasaan mereka sedikit memiliki perbedaan. Madura barat secara geografis merupakan daerah yang lebih tandus dibandingkan dengan Madura timur. Daerah Sampang & Bangkalan tanahnya tidak begitu subur sehingga daerah pertanian tidak menjadi dominan sebagai mata pencaharian masyarakat di sana. Masyarakat di Madura barat lebih memilih untuk merantau untuk mendapatkan rejeki. Ada yang kerja serabutan, pelayaran, hingga bekerja menjadi TKI di luar negeri. Inilah yang juga menjadi salah satu faktor dimana penduduk di Madura barat lebih keras kehidupannya dibandingkan dengan Madura timur. Jika selama ini orang Madura dinilai keras, mudah konflik dan tindakan kriminal, kebanyakan mereka yang merantau di luar Madura adalah orang-orang Madura barat.

Penulis suatu ketika datang ke salah satu tempat di Ambon Provinsi Maluku dan daerah Wamena di Papua sana. Ketika penulis berbincang dengan mereka yang asli suku Madura. Kebanyakan mereka berasal dari Bangkalan dan Sampang. Faktor pendidikan juga menjadi hal penting yang membuat orang Madura barat lebih mudah terprovokasi pada tindakan kriminalisme. Sehingga tidak salah jika orang Madura memiliki stigma negatif.

Sementara Madura timur yang dianggap sebagai daerah yang subur, juga merupakan tempat yang memiliki nilai sejarah. Sehingga hal ini juga menjadi faktor yang membuat lingkungan di Sumenep dan Pamekasan masyarakatnya lebih halus, sopan, dan lebih berpendidikan dibandingkan dengan Madura barat. Keberadaan pondok pesantren juga menjadi kekuatan masyarakat di Madura timur ini mampu menjadi pengaruh besar terhadap situasi dan kondisi masyarakat di sana. Pendidikan pesantren menjadi rujukan pertama bagi mereka yang ingin mendidik anaknya menjadi sosok yang paham agama, memiliki budi pekerti yang baik, dan memiliki berprestasi.

Sekali lagi pendidikan pesantren tidak bisa kita anggap sebelah mata, banyak sekali keunggulan dari pendidikan pesantren seperti berikut ini :

1. Fokus pada pendidikan Keagamaan

   Pendidikan agama di sini pastinya akan lebih dominan dibandingkan sekolah pada umumnya. Namun pendidikan keagamaan

selalu berhubungan dengan keyakinan yang bersifat personil. Tentunya proses pendidikan agama ini perlu intensif agar lulusan pesantren tidak hanya mampu menghadapi tantangan zaman, namun juga bisa menjadi generasi penerus para ulama dan umara dalam syiar Islam.

2. Pendidikan karakter

   Meski sudah jelas pendidikan agama menjadi prioritas utama dalam pendidikan pesantren, namun pesantren juga mendapatkan pendidikan formal seperti matematika, bahasa Indonesia, fisika, dan mata pelajaran umum lainnya. Keunggulan pada pendidikan pesantren terletak pada pengkondisian kebiasaan santri selama 24 jam. Seperti sholat berjamaah, bersih-bersih bersama, olahraga, diskusi, dan kegiatan-kegiatan pondok lainnya yang kebanyakan dilakukan secara bersama dan disiplin. Konsep pendidikan Inilah yang bisa menciptakan lulusan pesantren tidak hanya unggul dalam satu bidang umum melainkan lulusan yang memiliki *softskill* dan *hardskill* yang baik.

3. Melatih hidup sederhana

   Lingkungan pondok pesantren memang dikonstruksi secara massal, artinya dari semua ruangan dari kamar mandi, kamar tidur, ruang belajar, aula, hingga tempat ibadah disetting untuk digunakan secara massal atau bersama. Konsep ini secara tidak langsung memberikan sebuah pengertian bahwa pendidikan pondok pesantren ini sebenarnya telah mengajarkan sifat kesederhanaan, dan kesamaan (egaliter). Siswa yang berada di lingkungan pesantren tidak peduli dari anak konglomerat hingga anak seorang petani, mereka semua bersatu-padu tidak ada perbedaan derajat semua diberlakukan sama. Pendidikan seperti ini secara perlahan akan membentuk moral santri menjadi pribadi yang tidak sombong dan mau bergaul dengan siapapun. Selain itu, pendidikan sederhana bagi santri ini sebenarnya dilakukan agar santri kelak tidak terlalu cinta pada sesuatu yang bersifat duniawi melainkan pada amalan akhirat kelak. Inilah kekuatan pendidikan pesantren untuk memerangi para koruptor, dan manusia penggila kekuasaan dan harta.

Citra Pendidikan di Madura

Seperti yang dijelaskan di atas bahwa pendidikan cap sarung ini merupakan salah satu metode pendidikan yang tidak bisa dianggap sederhana, karena pendidikan inilah salah satu cara mempersiapkan generasi penerus bangsa yang lebih kredibel. Selain itu, pendidikan cap sarung ini harus mampu menjadi citra pendidikan di Madura. Karena hanya di Madura-lah pondok pesantren ada hampir di setiap kecamatan. Tentunya harapan ini bisa direalisasikan oleh pada pemangku kebijakan, ataupun oleh para orang tua siswa di Madura agar menempatkan pilihan pertama pada pendidikan pesantren. Bahkan pendidikan pesantren akan menjadi destinasi baru orang di luar Madura untuk berkunjung ke Madura dalam rangka belajar di pesantren.

Selanjutnya penulis akan mendeskripsikan teori citra pada pendidikan pesantren. Definisi citra menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Jalaluddin Rakhmad dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi.

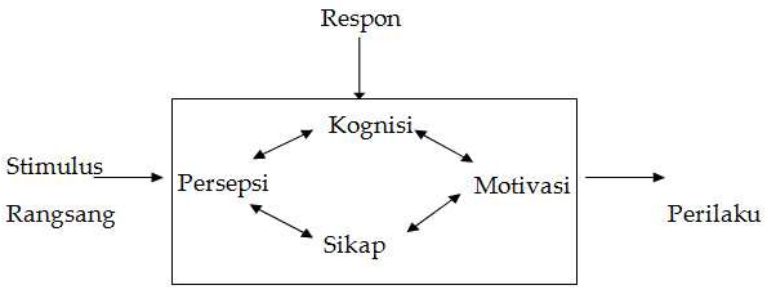
Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahunnya tentang suatu obyek. Jika Madura secara umum dianggap sebagai daerah religi karena banyaknya pesantren di Madura, hal itu juga menjadi salah satu pembentuk citra itu sendiri. Teori citra dibagi menjadi beberapa jenis antara lain sebagai berikut:

1. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya. Seperti yang kita ketahui bahwa Madura merupakan salah satu daerah yang mayoritas muslim. Selain itu, pulau Madura sudah sangat lekat sekali dengan pendidikan pesantren. Bahkan trias politika pada pemerintahan daerah, juga dari golongan pesantren. Contoh: bupati kyai, Ketua DPRD kyai, kepala dinas juga pengaruh kyai. Sehingga sangat jelas sekali peran dan

pengaruh kyai di Madura. Keberadaan pondok pesantren besar di Jawa Timur, secara tidak langsung menguatkan citra Madura sebagai daerah yang berbasis pendidikan cap sarung (pendidikan pesantren).

2. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahanman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan *mirror image.* Penulis dalam hal ini lebih menyebutnya sebagai stigma negatif orang Madura dimana diidentikkan dengan daerah yang "rawan atau tidak aman" hal ini tentunya tidak lain karena disebabkan oleh pemberitaan media sosial yang belakangan ini sangat dekat dengan semua orang. Media sosial ini seakan menjadi media baru semua orang di Madura dalam mendapatkan informasi *realtime.* Tentunya citra ini dengan sendirinya terbentuk karena publik selalu diterpa oleh informasi-informasi tersebut.
3. *The wish image* (citra yang diinginkan), citra yang diharapkan adalah Madura sebagai daerah yang benar-benar menggunakan sistem pendidikan pesantren, dimana segala sesuatu yang berhubungan dengan pendidikan, wajib menganut sistem pendidikan cap sarung. Keunggulan sistem pendidikan cap sarung ini adalah tidak hanya unggul pada pendidikan formal saja, melainkan juga lebih menekankan pada pendidikan karakter, menumbuhkan jiwa religius terhadap siswa. Di sisi lain, konsep ini akan menjadi promosi tersendiri untuk Madura. Sehingga Madura di kenal sebagai daerah yang mencetak generasi unggul, berkompeten, dan berahklaqul karimah.
4. *The multiple image* (citra yang berlapis), belakangan meski keempat kabupaten di Madura sama-sama menciptakan citra untuk kotanya sendiri seperti Sumenep "*The Soul of Madura*", Pamekasan "Gerbang Salam", Sampang "Bahari", Bangkalan "*The Part of Future*". Namun Madura masih belum bisa dipisahkan dengan nuansa religius. Contoh lain seperti Kediri yang memiliki branding "Lagi" yang mencitrakan bahwa kediri memiliki berbagai potensi wisata yang tiada habisnya. Ada Pare di selatan Kota Kediri yang dikenal sebagai "Kampung Inggris". Meski citra Kediri terlihat berlapis, namun publik tetap bisa menbedakan.

Citra sejatinya bisa dibentuk dan dikembangkan, artinya citra sendiri bisa dilakukan melalui beberapa proses agar citra yang diharapkan bisa benar-benar melekat pada publik itu sendiri. Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra membentuk sesuatu berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima sesorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan, begitu yang diungkap Elvinaro dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* tahun 2002, dikutip dari Dana Saputra tahun 1995. Berikut ini adalah *mapping* pembentukan citra.



Empat komponen, yakni persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang, yang oleh *Walter Lipman* disebut juga "*the pictures of our head*". Jika stimulus mendapat perhatian, maka individu akan berusaha untuk mengerti stimulus yang diberikan. Pada dasarnya, proses pembentukan citra adalah respon dari stimulus yang diberikan. Akan tetapi proses tersebut akan berbeda hasilnya karena dipengaruhi oleh persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang berbeda pula.

Komponen-komponen di atas harus saling mendukung satu sama lain agar bisa memunculkan citra yang sesuai dengan stimulus awal. Bilamana stimulus rangsangan ditolak oleh persepsi dan kognisi, maka motivasi dan sikap tidak bisa terbentuk. Sebagai contoh jika Madura sebagai stimulus akan membentuk citra Madura sebagai kota metropolitan, maka persepsi yang berhubungan dengan kognisi akan tertolak, karena kognisi atau otak semua orang menemukan bukti-bukti Madura masih belum layak menjadi kota metropolitan. Sebaliknya, bila mana rangsangan atau stimulus

yang berisi citra Madura sebagai daerah yang menganut sistem pendidikan cap sarung (pendidikan pesantren) maka persepsi dan kognisi akan menerima, sebab pada kenyataannya selama ini pendidikan pesantren Madura masih sangat diminati baik dari orang Madura maupun dari luar Madura.

Madura merupakan daerah yang masih belum terkontaminasi oleh nuansa-nuansa global. Tentunya Madura sebagai daerah yang memiliki banyak potensi seperti pariwisata, dan dunia pendidikan ini perlu dibangun citra khusus agar Madura memiliki ciri khas dari daerah lain. Dalam hal ini penulis lebih fokus pada pendidikan pesantren dimana nuansa pendidikan pesantren (cap sarung) terbukti mampu mengasilkan output lulusan yang tidak kalah dengan lulusan sokolah pada umumnya, bahkan lebih unggul.

Lulusan siswa dan santri tentunya memiliki perbedaan yang sangat signifikan. Lulusan sekolah umum kebanyakan akan melahirkan generasi yang pragmatis. Berbeda dengan lulusan pesantren yang tidak hanya unggul di bidang keilmuan umum melainkan juga unggul pada keilmuan agama dan pendidikan karakter, sehingga santri yang lebih banyak mengenyam pendidikan di lingkungan pesantren lebih siap terjun ke masyarakat.

Oleh karena itu, pendidikan cap sarung ini ke depan harus benar-benar menjadi citra pendidikan di Madura. Selain karena telah terbukti dan teruji keunggulannya, juga menjadi ciri khas pendidikan di Jawa Timur dan syukur-syukur bisa menjadi sistem pendidikan nasional.

Referensi

Ardhie, Raditya. (2016). *Mengkonsumsi (Di) Madura, dalam Moh.,Hisyam, dan C., Pamungkas, (ed.), Indonesia, Globalisasi, dan Global Village*, Jakarta: YOI

Latief, Wiyata. (2002). *Carok*, Jogjakarta: LkiS

Sartono, Kartodirjo. (2014). *Pengantar Sejarah Indonesia Baru*, Jogjakarta: Ombak.

EPILOG

ILMUWAN SOSIAL MADURA, KONTRIBUSI DAN TANTANGAN KE DEPAN

Oleh:

Surokim, S.Sos., M.Si.,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Peneliti Pusat Studi Sosial Budaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
Universitas Trunojoyo Madura

Buku ini bagi kami adalah tempat persemaian idealisme ruang publik dan sarana membangun dialog komunikasi dengan masyarakat pembaca. Tekad kami sederhana yakni ingin membumikan Madura sebagai pusat peradaban unggul masyarakat madani di Indonesia melalui beragam kegiatan dan aktivitas berdimensi rahmatanlilalamin. Tujuan kami sederhana, yaitu ingin Madura semakin dikenal sebagai salah satu pusat pertumbuhan Ilmu Pengetahuan Sosial di Indonesia (Skm.).

***

Peran ilmu pengetahuan dalam membangun sejarah dan peradaban masyarakat sungguh penting dan menentukan. Ilmu pengetahuan bisa menjadi kompas jalan bagi upaya membangun pencerahan peradaban dan menjadi salah satu indikator kemajuan sebuah masyarakat dan negara. Tidak syak lagi, kemajuan sebuah masyarakat dan negara salah satunya diukur oleh kemajuan ilmu pengetahuan. Tidak salah jika kemudian negara menjadikan ilmu pengetahuan sebagai salah satu investasi maha penting.

Perkembangan ilmu pengetahuan dunia tidak dipungkiri berpusat kepada negara barat, khususnya Eropa dan Amerika. Hal ini bisa dipahami mengingat mereka memiliki budaya literasi yang kuat dan dibangun sejak lama secara berkelanjutan. Mereka memiliki

dukungan sumber daya manusia dan juga infrastuktur yang bagus termasuk publikasi dan desimenasi ilmu pengetahuan baru sehingga bisa memengaruhi dunia melalui berbagai publikasi yang berisi hasil pemikiran mereka.

Masyarakat timur selama ini belum memiliki keunggulan dan daya saing dalam bidang publikasi sehingga penyebaran pengetahuan relatif tertinggal dalam dinamika gerak perkembangan ilmu pengetahuan modern yang berbasis publikasi ilmiah. Masyarakat timur banyak menyimpan ilmu pengetahuan dalam budaya lisan seperti cerita rakyat dan juga mengandalkan transfer turun temurun melalui cerita rakyat dan juga tidak tersetruktur dalam publikasi yang sifatnya masif mendunia. Banyak ilmu pengetahuan timur yang masih menjadi cerita dan dipahami hanya oleh masyarakat setempat.

Sadar akan ketertinggalan hal itu, sebagai masyarakat akademisi timur sudah selayaknya kita juga ikut mewarnai perkembangan ilmu pengetahuan. Sudah waktunya masyarakat timur berkembang, bergeliat dan mensejajarkan diri guna mendesakkan perspektif lokal sebagai pembanding dan juga pelengkap atas perspektif barat. Ada upaya serius untuk mendudukkan hasil ekplorasi pengetahuan lokal ke dalam diskursus ilmu pengetahuan. Hasilnya, riset dan perkembangan ilmu pengetahuan di Asia Timur bisa berkembang lebih pesat dan mampu meningkatkan harkat dan kepercayaan diri kita sebagai sebagai sumber pengetahuan dunia.

Tentu saja, melawan hegemoni itu tidak mudah dan gampang. Ilmu pengetahuan barat yang mapan telah didukung infrastuktur yang memadai dan juga diseminasi publikasi yang masif hingga membuat kebergantungan yang luar biasa khususnya masyarakat di belahan negara berkembang. Dalam posisi seperti itu, terus meratapi nasib tanpa mencoba berusaha justru akan membuat kita semakin tenggelam dan pilihan bijak itu adalah menyalakan nyali dan tekad untuk bangkit mengejar ketertinggalan dengan mulai berbuat.

Kendati buku ini masih seperti bunga rampai yang ditulis secara terpisah-pisah oleh para peneliti dan dosen FISIB UTM, tetapi jika dibaca tuntas akan terlihat keutuhan ide yang menggambarkan akan kekayaan ekspolorasi konsep lokal dalam masyarakat Madura. Kami berharap langkah awal ini akan dapat menjadi pemacu pada penerbitan

seri berikutnya dan mendapat tanggapan riuh dari publik, khususnya akademisi dan masyarakat pemerhati budaya lokal di Indonesia. Kami ingin bersama sama menjadi bagian dari golongan para pencerah pembangun tradisi baru keilmuan sosial berbasis kearifan keunggulan lokal guna menumbuhkan harapan akan kemandirian dalam membangun pengetahuan.

Mempromosikan konsep lokal dalam khazanah pengetahuan saat ini tentu bukan pekerjaan yang mudah. Banyak hal berkelindan baik secara sosial politik, budaya maupun kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dibutuhkan tekad dan kerjasama semua pihak khususunya para akademisi mulai dari tingkat lokal untuk terintegrasi dan berkesinambungan mempromosikan kajian kajian dan juga dalam distribusi publikasi ilmiah yang bisa dibaca oleh banyak kalangan sehingga bisa mendesakkan konsep itu dalam diskursus *mondial*.

Kita harus menumbuhkan semangat keyakinan diri dan memulai dari pemahaman dasar akan adanya keyakinan melalui cara kita sendiri. Bagaimana agar perspektif lokal bisa menjadi perspektif utama dan perspektif lain sebagai pelengkap dan bukan sekadar alternatif. Tentu ada beragam prasyarat yang mesti harus dipenuhi mulai dari hal yang teknis hingga substantif. Pekerjaan itu bukan pekerjaan mudah dan butuh upaya yang sungguh sungguh serta konsistensi dan ketahanan yang tinggi secara berkesinambungan.

Kesadaran ini penting agar bisa mengubah *mindset* kita tidak sekadar sebagai pengguna *users,* tetapi juga menjadi kreator. Kita harus dan sudah saatnya memulai ikhtiar itu agar bisa turut mewarnai diskursus pengetahuan dan menentukan perkembangan ilmu pengetahuan dunia saat ini hingga ke depan. Kita harus memiliki keyakinan dan harapan tinggi bahwa kita adalah bangsa yang besar dan mampu serta akan menjadi subyek dan tidak sekadar menjadi obyek dalam dinamika perkembangan ilmu pengetahuan.

Buku ini bagi kami adalah tempat persemaian idealisme ruang publik dan sarana membangun dialog komunikasi dengan masyarakat pembaca. Tekad kami sederhana yakni ingin membumikan Madura sebagai pusat peradaban unggul masyarakat madani di Indonesia melalui beragam kegiatan dan aktivitas berdimensi *rahmatanlilalamin.* Tujuan kami sederhana, yaitu ingin Madura semakin

dikenal sebagai salah satu pusat pertumbuhan Ilmu Pengetahuan Sosial di Indonesia.

***

Sesungguhnya kritik atas minimnya kontribusi ilmu sosial sebagaimana dikemukakan banyak ahli dalam memecahkan masalah masyarakat sejatinya adalah tamparan keras. Ilmuwan sosial harus bisa menjawab tantangan itu dengan aktif berkontribusi dalam menghumaniskan pembangunan, mengingat aspek teknis saja tidak akan pernah mencukupi. Absennya ilmu sosial menambah daftar panjang kegagalan ilmuwan sosial dalam mengambil peran dan menyumbang atas kegagalan dalam banyak penangganan sosial kemasyarakatan.

Permasalahan sosial sungguh kompleks dan itu membutuhkan peran aspek sosial melengkapi aspek teknik. Sungguh sebagaimana dicermati Medhy (2017) dalam pengantar buku ini dan mengacu pada catatan harian Kompas bahwa selama ini ilmuwan sosial hanya terkesan mem-*beo* ilmuwan barat dan belum menghasilkan teori-teori besar (*grand theory*) dan lebih banyak menempatkan teori-teori barat karena minimnya penelitian tentang masyarakat dan budaya lokal.

Dengan menggalakkan semangat indegenisasi (pribumisasi ilmu sosial), kontribusi ilmu sosial akan semakin diterima oleh banyak kalangan. Keputusan keputusan yang mengangkut banyak orang akan dilalui melalui pertimbangan dimensi sosial budaya dari berbagai hasil riset sosial. Mari kita jawab nihilnya peran ilmuwan sosial ini dengan menata kembali tekad untuk menyalakan semangat indigenisasi ilmu sosial agar dapat berkontribusi nyata pada problem apa yang ada di masyarakat.

Mari semua kritik itu kita jadikan lecutan untuk kembali mendudukan pentingnya ilmu sosial dan budaya dalam penanganan problem kemasyarakatan mutakhir yang butuh sentuhan tidak lagi represif, yang tidak lagi menjadikan pertimbangan ilmu sosial kamanusiaan sebagai bagian yang tidak utama.

Berbekal nilai-nilai unggul Madura, kita bisa menjawab berbagai problem riil saat ini mulai dari menipisnya solidaritas bersama, moral inksklusif untuk menjalani kehidupan bersama demi pemenuhan dimensi kemanusiaan dan sebagai modal hidup bersama yang harmoni.

Sebagai masyarakat timur, kita juga harus mulai belajar untuk mendudukan semua persoalan melalui dialog dan persuasi dan tidak menempuh jalan represi dan kekerasan dan paksaan. Kehidupan bersama mensyaratkan adanya kepedulian dan emphatic kepada orang lain dengan semangat gotong royong kebersamaan dalam perbedaan.

Dengan cara itu, maka kita tetap kuat merawat kebhinnekaan, moral terbuka untuk mengayomi semua identitas yang ada sehingga bisa hidup dalam pusparagam identitas menuju perkembangan global dengan bertumpu pada budaya lokal yang kuat. Melalui jalan kebudayaan, memperkukuh kebudayaan lokal sebagai penjaga identitas berdasarkan sosiologis dan antropologis, Madura akan tumbuh kuat menjawab perubahan zaman.

Aksi Solutif Ilmuwan Sosial

Perkembangan mutakhir dan upaya melakukan pencandraan masa depan menjadi bagian penting kontribusi ilmuwan sosial agar masyarakat tidak gagap di dalam menghadapi perubahan lingkungan yang berlangsung cepat dan masif. Jika ilmuwan sosial sudah mampu menunjukkan peta jalan itu maka keberadaan ilmuwan sosial akan dirasakan oleh masyarakat luas.

Kita harus memiliki kepercayaan diri untuk menjadikan perspektif lokal sebagai perspektif utama di dalam dominasi pengetahuan Barat seperti itu. Namun, jika tidak segera disadari maka inferioritas kompleks lama-lama akan menjangkiti dunia pengetahuan Indonesia. Dengan demikian, mendesakkan perspektif lokal sebagai sebuah alternatif juga memperlihatkan bahwa perspektif itu bukan acuan utama dan sekadar menjadi pelengkap, tetapi sebagai pijakan kemandirian bangsa dan juga eksistensi bangsa atas perkembangan ilmu pengetahuan. Ia bisa menjadi elemen berdikarinya sebuah negara dan eksistensi pendidikan dan pengetahuan itu sendiri.

Jika melihat pengalaman berbagai negara, Cina maka bisa menjadi contoh dan acuan dalam hal ini. Mereka memiliki kemampuan dan berdiri teguh atas potensi dirinya dan menjadikan perspektif luar sekadar sebagai pelengkap. Demikian juga Jepang yang memiliki etos dan nilai yang dikombinasikan dengan perspektif barat menjadikan konsep khas dan penguat atas praktik praktik ilmu pengetahuan.

Namun dari semua itu, yang paling terlihat adalah semangat menuju kemandirian dan keyakinan diri sebagai sebuah bangsa untuk mengarahkan pengetahuan yang dimiliki sebagai alat untuk berdikari. Pada saat ini, beberapa negara itu sudah mendapat pengakuan dan perkembangan mutakhir masyarakat barat pun mengakui akan hal itu sehingga terjadi elaborasi, komplementasi, dan bukan hegemoni.

Logika itu sebenarnya sederhana dan bisa dimulai dari pemahaman dasar akan keyakinan melalui cara kita sendiri. Bagaimana agar perspektif lokal bisa menjadi perspektif utama dan perspektif lain sebagai pelengkap alternatif. Tentu ada beragam prasyarat yang mesti harus dipenuhi mulai dari hal yang teknis hingga substantif. Pekerjaan itu bukan pekerjaan mudah dan butuh upaya yang sungguh-sungguh serta konsistensi dan ketahanan yang tinggi secara berkesinambungan.

Kesadaran ini penting sebagaimana dikemukakan Rektor UTM Dr. Ec. H Muh. Syarif dalam pengantar buku ini agar bisa mengubah *mindset* kita tidak sekadar sebagai pengguna *users,* tetapi juga menjadi kreator. Kita harus dan sudah saatnya memulai ikhtiar itu agar bisa turut mewarnai diskursus pengetahuan dan menentukan perkembangan ilmu pengetahuan dunia saat ini hingga ke depan. Kita harus memiliki keyakinan dan harapan tinggi bahwa kita adalah bangsa yang besar dan mampu serta akan menjadi subyek dan tidak sekadar menjadi obyek dalam dinamika perkembangan ilmu pengetahuan.

Kita seharusnya berkepentingan terhadap upaya ini agar langkah menjadikan muatan lokal sebagai pespektif utama bisa dimulai, pelan, tetapi pasti kita bisa melakukan kritik dan tantangan baru atas konsep komunikasi yang eurosentris atau amerikasentris. Jika kita mau jujur, mereka (masyarakat barat) juga membangun dunia pengetahuan didasarkan pada dua basis sederhana. Pertama adalah berbasis kepada keyakinan dan kemandirian. Baru kemudian mereka melakukan penaklukan ke masyarakat dan memaksakan perspektif mereka di daerah jajahan. Jadi sedari awal, mereka sudah memiliki jiwa superior atas distribusi pengetahuan. Hal itu yang kemudian menjadikan identitas mereka semakin kuat dan lama-lama menjadi penguasa hegemonik.

Di level lokal kita memiliki banyak sekali sumber rujukan khas seperti Islam dan kearifan lokal. Islam sebagai kekuatan tentu tidak bisa kita lupakan dalam pengembangan kajian sosial. Ia tidak bisa dipisahkan dari konteks masyarakat timur yang relegius dan gotong-royong. Dialektika beragam ilmu itu juga patut dijadikan titik pijak di dalam mengembangkan konsep lokal, bagaimana Ilmu Sosial menjawab kebutuhan lokal dan bertansformasi yang memberi petunjuk kemana ilmu itu akan dikembangkan.

Cita-cita luhur kita adalah mampu memiliki konsepsi khas sosial yang sesuai dengan konteks Indonesia dan mengarahkan Indonesia sebagai sentral dalam pengembangan Ilmu Sosial di Asia khususnya di Asia Tenggara sehingga di kemudian hari dapat menciptakan masyarakat sosial Indonesia yang memiliki identitas berbasis lokalitas di tengah dinamika global dan menjadikan ilmu sosial sebagai solusi konkrit.

Jika melihat dari berbagai tulisan yang disajikan para dosen dan peneliti FISIB-UTM yang tersaji dalam buku ini, sesungguhnya kita bisa mendapatkan beragam perspektif yang menunjukkan kekayaan akan perspektif lokal Madura. Mari kita tindak lanjuti dengan upaya yang sungguh-sungguh dalam menyusun aksi lanjutan yang bisa memberi solusi bagi masyarakat lokal Madura. Hal ini penting demi kepentingan agar Ilmu Pengetahuan Sosial bisa semakin kontributif dalam memecahkan masalah mutakhir di Madura. Semoga kita bisa *istiqomah* membangun peradaban baru dalam kajian sosial masyarakat timur ke-Indonesia-an melalui eksplorasi di Madura, seberapapun itu bentuk sumbangsihnya. Mari kita mulai dari sekarang. Mari kita gelorakan semangat membumikan kajian Ilmu Sosial di Madura dan menjadi titik pijak dari ikhtiar kita mengenalkan Madura ke masyarakat luas. Semoga!

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Buang jauh-jauh stigma keras, kasar, dan mudah berkonflik. Madura masih menyimpan banyak sekali hal yang memuat nilai-nilai keluhuran. Melalui buku ini, pembaca akan diajak melihat dari dekat profil masyarakat Madura; mulai dari sosial, ekonomi, pendidikan, dan budaya.

Buku ini juga menawarkan banyak refleksi solutif untuk membuat Madura makin berbenah. Dengan bahasan yang cerdas, fair, dan lugas, serta act locally think globally, mungkin itu yang cocok disematkan pada seabgreg narasi yang dituliskan di buku ini. Buku ini lahir dari keresahan sejumlah akademisi yang ingin melakukan upaya "pribumisasi" atas krisisnya ilmu sosial di Indonesia. Tentunya dengan Madura sebagai subjeknya. Tak lupa pula, beberapa hasil penelitian juga dicantumkan sebagai rujukan para akademisi yang ingin meneliti Madura lebih lanjut dan tentunya sebagai pijakan khalayak umum khususnya stakeholder untuk melakukan perubahan sosial yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

INTELIGENSIA MEDIA

ISBN: 978-602-6874-49-8